

Città di Calolziocorte

Provincia di Lecco



**PIANO COMUNALE DI
LOCALIZZAZIONE DEI
PUNTI DI VENDITA
ESCLUSIVI DI STAMPA
QUOTIDIANA E
PERIODICA
(ART.6 DLGS 170/01-D.C.R.
10.07.02, n.VII/549)**

COMUNE DI CALOLZIOCORTE

PROVINCIA DI LECCO

Studio redatto da:

**Società di
Ricerca e Pianificazione**

di Anzini Mauro & C. S.n.c.

Via degli Scipioni, 5

20129 Milano (MI)

Tel. 02/29524040

Fax. 02/29515111

E-mail: [studioanzini @libero.it](mailto:studioanzini@libero.it)

**Piano Comunale di Localizzazione
dei Punti di Vendita Esclusivi
di Stampa Quotidiana e Periodica
(art. 6 d.lgs. 170/01 – D.C.R. 10.07.02, n. VII/549)**

Analisi della rete distributiva

Normativa di Piano



ANALISI della RETE DISTRIBUTIVA

Analisi della rete distributiva

1.	IL SISTEMA DISTRIBUTIVO DEI PRODOTTI EDITORIALI	pag. 1
1.1	Il quadro normativo di riferimento	pag. 1
1.2	La “sperimentazione” di cui alla legge 108/99	pag. 1
1.3	Il Decreto Legislativo n. 170 del 24 aprile 2001	pag. 3
1.4	Le disposizioni regionali	pag. 5
1.5	Il monitoraggio dei risultati della sperimentazione	pag. 6
2.	IL COMUNE DI CALOLZIOCORTE E IL SUO TERRITORIO	pag. 11
3.	VALUTAZIONE DELLA DOMANDA DI GIORNALI E RIVISTE	pag. 13
3.1	L’evoluzione demografica del Comune di Calolziocorte	pag. 13
3.2	La composizione e la dinamica delle vendite di giornali e riviste	pag. 14
4	LA RETE DELLE EDICOLE DI CALOLZIOCORTE	pag. 19
5	IL MERCATO DELLE RIVENDITE DI GIORNALI E RIVISTE IN CALOLZIOCORTE -CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE ED IPOTESI DI PIANO	pag. 19
6	NECESSITÀ EDICOLE ESCLUSIVE	pag. 24

1. IL SISTEMA DISTRIBUTIVO DEI PRODOTTI EDITORIALI

1.1 Il quadro normativo di riferimento

La normativa che disciplina il comparto della distribuzione della stampa sull'intero territorio nazionale è contenuta nel Decreto legislativo n. 170 del 24 aprile 2001, recante "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108". Le disposizioni contenute in tale decreto hanno sostituito in parte quelle contenute nella legge del 5 agosto 1981, n. 416, recante "Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria", e successive modifiche; in particolare, è stato abrogato l'articolo 14 relativo alle "Autorizzazioni per la vendita" della citata legge n. 416/1981.

Il Decreto legislativo n. 170/2001 è stato adottato dal Governo in base alla delega prevista dall'articolo 3, legge 13 aprile 1999, n. 108, recante "Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica", di riordino dell'assetto normativo della distribuzione della stampa quotidiana e periodica, che ha previsto un periodo di sperimentazione attraverso la vendita di giornali quotidiani e periodici svolta presso taluni esercizi commerciali, indicati dall'art. 1 della legge n. 108/1999.

1.2 La "sperimentazione" di cui alla legge 108/99

La legge del 13 aprile 1999, n. 108, ha introdotto un nuovo sistema di commercializzazione dei prodotti editoriali, introducendo nuovi canali di vendita, che si affiancano alle edicole; la principale finalità della sperimentazione era "*... di acquisire elementi conoscitivi sulle variazioni provocate nel mercato della stampa quotidiana e periodica dalla messa in vendita dei giornali in esercizi diversi dalle rivendite fisse autorizzate ...*" (art. 1 della legge n. 108/99).

In concreto, si introduceva, per un periodo di diciotto mesi, la possibilità di ampliare la rete di vendita dei prodotti a stampa quotidiana e periodica, a quegli esercizi appartenenti a formule distributive differenti dalle tradizionali rivendite di giornali, esclusive o promiscue (il termine “promiscue” era utilizzato nella precedente normativa di cui alla legge n. 416/1981, ora abrogata, e indica le edicole che vendono anche altri prodotti – es. cartolerie). Attraverso l'introduzione nel nostro ordinamento di tale normativa nel settore della vendita dei giornali, quotidiani e periodici, è stata evitata la “liberalizzazione” prevista dal Decreto legislativo del 31 marzo 1998, n. 114, (Riforma sul Commercio).

Le attività interessate alla sperimentazione, ai sensi dell'art. 1, comma 1, punto 3, della legge, erano le seguenti:

- 1) le rivendite di generi di monopolio (tabaccherie);
- 2) i distributori di carburante aventi una superficie minima di 1.500 mq
- 3) i bar;
- 4) le medie (cui il TAR ha aggiunto le grandi) strutture di vendita, come definite dal D.lgs. 114/98;
- 5) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e di prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di 120 mq;
- 6) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita che possono vendere le riviste di identica specializzazione.

Coloro che erano interessati ad accedere al settore, in quanto titolari delle sopracitate attività e forniti dei requisiti previsti, dovevano (art. 1, comma 2, legge 108/1999), inviare una comunicazione a tre soggetti: al Comune territorialmente competente, entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della legge; al Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri; infine, alla Federazione degli Editori.

Nella comunicazione da inoltrare al Comune doveva essere indicata la tipologia di vendita che si intendeva sperimentare: soli quotidiani, soli periodici o ambedue le tipologie.

Gli obblighi da osservare da parte degli operatori interessati allo svolgimento della sperimentazione consistevano in:

- 1) parità di trattamento tra testate, nell'ambito della tipologia prescelta;
- 2) mantenimento del prezzo di vendita imposto dagli editori;
- 3) identità delle condizioni economiche e delle modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, tra le diverse tipologie di esercizi che effettuavano la vendita;
- 4) predisposizione di un apposito spazio espositivo per le testate poste in vendita, adeguato rispetto alla tipologia prescelta.

Ai sensi della legge n. 108/1999, i Comuni erano tenuti a trasmettere alle Regioni gli elenchi degli esercizi che intendevano partecipare alla sperimentazione.

La sperimentazione ha portato all'emanazione del decreto legislativo del 24 aprile 2001, n. 170.

In merito alle disposizioni transitorie previste dalla legge 108/99, è stato stabilito che, fino alla data di entrata in vigore del decreto legislativo n. 170/2001, gli esercizi in cui era stata effettuata la sperimentazione avrebbero potuto continuare a vendere i prodotti editoriali prescelti e l'autorizzazione alla vendita di giornali e di riviste doveva essere rilasciata di diritto ai medesimi esercizi.

1.3 Il Decreto Legislativo n. 170 del 24 aprile 2001

La riforma in materia della diffusione della stampa quotidiana e periodica conseguente alla delega di cui all'art. 3, della legge n. 108/1999 comprendeva, tra i criteri direttivi per il Governo, l'esigenza di introdurre un nuovo sistema di vendita

dei prodotti editoriali articolato in punti vendita esclusivi e punti vendita non esclusivi, i primi rappresentati dalle edicole tradizionali, previsti nel piano comunale di localizzazione e tenuti alla rivendita generale dei quotidiani e dei periodici; i secondi, rappresentati dai punti vendita diversi dai tradizionali (tabaccai, distributori di carburante, bar, medie e grandi strutture di vendita, librerie, esercizi specializzati) che (art. 1, comma 2, lett. b) del citato Decreto), in aggiunta ad altre merci, potevano essere “... *autorizzati al commercio di giornali ovvero* periodici* ...”

Il nuovo sistema, rispetto alla precedente disciplina legislativa, mantiene inalterata la necessità del rilascio dell'autorizzazione: per i punti vendita esclusivi l'attività di edicola è assoggettata al rilascio dell'autorizzazione da parte dei Comuni, “... *nel rispetto dei piani comunali di localizzazione* ...”, (art. 2, comma 2, d.lgs. 170/01). Per i punti non esclusivi di vendita, vi sono in concreto due “forme” di autorizzazione, la prima per quegli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1, della legge n. 108/1999 e che, ai sensi del citato articolo 2, comma 4, del Decreto n. 170/2001, sono sottoposti al rilascio di diritto del provvedimento autorizzatorio con riferimento ai generi effettivamente venduti nel periodo di sperimentazione (che quindi possono essere sia giornali che riviste); la seconda, per gli esercizi che non hanno effettuato la sperimentazione, il cui rilascio è limitato ai soli quotidiani o ai soli periodici ed è subordinato alla presentazione all'amministrazione comunale competente di una “dichiarazione di ottemperanza” alle disposizioni di cui all'art. 1, comma 1, lett. d) bis, numeri 4, 5, 6 e 7, della legge n. 108/1999, all'esito favorevole dell'istruttoria in ordine ai criteri previsti dall'art. 2, comma 6, del citato D.lgs. e dall'art. 3, comma 1, lett. c), della legge n. 108/1999.

* Sussiste una diversità di opinioni in merito all'interpretazione della parola “ovvero”; le normative regionali la interpretano in senso prevalentemente disgiuntivo, ponendo la necessità per il punto vendita non esclusivo di effettuare una scelta a favore dell'una o dell'altra categoria di prodotti editoriali, mentre l'orientamento giurisprudenziale lo interpreta in senso rafforzativo, nel senso di comprendere entrambe le tipologie di prodotti.

Condizione per ottenere l'autorizzazione di diritto è, pertanto, la dimostrazione da parte del punto vendita non esclusivo della pregressa partecipazione alla sperimentazione, come è confermato dall'art. 2, comma 4, del D.lgs. n. 170/2001.

1.4 Le disposizioni regionali

La Regione Lombardia, con Delibera del Consiglio Regionale n. VII/0549 del 10 luglio 2002, recante "Atto di indirizzo in attuazione del D.lgs. 24/04/2001, n. 170, concernente il riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'art. 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108" ha effettuato una distinzione tra punti vendita esclusivi e non esclusivi; rientrano tra i punti vendita esclusivi tutte le edicole già autorizzate ai sensi della l. 416/81, e in quelli non esclusivi tutti gli esercizi che hanno partecipato alla sperimentazione.

I punti vendita esclusivi devono vendere sia quotidiani che periodici e possono riservare una parte della superficie di vendita risultante dall'autorizzazione non superiore al 30%, per commercializzare prodotti diversi da quelli editoriali (fatti salvi i diritti acquisiti dalle attività già in essere al luglio 2002), quelli non esclusivi devono vendere solo quotidiani o solo periodici, a meno che non abbiano partecipato alla sperimentazione vendendo entrambi i prodotti. L'autorizzazione è rilasciata a persone fisiche o società regolarmente costituite.

I piani di localizzazione comunale, di durata biennale, sono adottati sulla base di parametri prestabiliti, quali la densità della popolazione, la presenza di infrastrutture, possibilità di prevedere la fissazione di limiti minimi di distanza tra i punti vendita, tenendo conto delle caratteristiche urbanistiche e sociali. I piani suddetti possono prevedere un incremento dei punti vendita esclusivi fino al 15%, in base ad un punteggio variabile ottenuto in base al rapporto tra edicole autorizzate e popolazione e numero di famiglie residenti.

1.5 Il monitoraggio dei risultati della sperimentazione

Per comprendere meglio le particolarità del settore della distribuzione dei prodotti editoriali, occorre tenere ben presente l'elevata deperibilità della produzione: i quotidiani registrano il 90% delle vendite nelle prime 6 ore di circolazione, (per i settimanali si tratta dei primi 3-4 giorni di uscita, per i mensili in 10-15 giorni); in queste condizioni, la puntualità ed affidabilità del sistema di distribuzione costituisce un fattore di cruciale importanza per l'industria editoriale. Caratteristica principale dell'attività di distribuzione di giornali è il ruolo predominante esercitato dall'impresa editoriale in tutte le fasi della catena distributiva. Le imprese editoriali si fanno carico del rischio imprenditoriale collegato all'invenduto (cd. contratto estimatorio). Il ricorso al contratto estimatorio appare idoneo a promuovere il più ampio display di prodotti editoriali, incoraggiando i distributori e rivenditori a distribuire l'intera gamma delle testate (inoltre, facilita l'ingresso sul mercato di nuovi operatori).

Il trasporto dei giornali dal luogo di stampa alle edicole viene gestito in misura prevalente dai distributori che operano in ambito locale per conto degli editori (solo in misura ridotta l'attività di rifornimento alle rivendite viene svolta direttamente dagli editori). Inoltre, a causa delle specifiche esigenze distributive dei periodici, solo i principali editori nazionali (i gruppi Mondadori, RCS MediaGroup e L'Espresso) gestiscono direttamente la consegna delle rispettive pubblicazioni (ed in parte anche di editori terzi) ai distributori locali; tutte le altre imprese editrici, in considerazione del limitato numero di periodici che ciascuna distribuisce nelle singole aree locali, fanno ricorso ad un'ulteriore canale distributivo intermedio, quello rappresentato dai distributori nazionali, poichè occuparsi in prima persona della consegna ai distributori locali comporterebbe costi troppo gravosi.

L'attività di distribuzione locale conta due fasi principali: l'editore definisce la tiratura di ciascuna pubblicazione e la sua ripartizione tra i diversi distributori locali in base, tra l'altro, agli andamenti delle vendite registrate in precedenza; i distributori locali, a loro volta, in base al volume di pubblicazioni ricevute e ai precedenti risultati di vendita in ambito locale, stabiliscono la ripartizione tra i singoli punti di rivendita, spesso in consultazione con l'editore.

Le decisioni in merito alla ripartizione delle pubblicazioni tra i diversi distributori locali ed i singoli punti vendita risultano cruciali per la redditività dell'intera filiera. Infatti, se al punto vendita vengono consegnate troppo poche pubblicazioni, tale penuria può determinare un numero complessivo di vendite inferiore rispetto al potenziale, nel caso opposto, qualora venissero consegnate troppe pubblicazioni, i costi che le imprese editoriali devono sostenere aumentano in misura significativa a causa dell'invenduto distribuito che deve in ogni caso essere consegnato e poi recuperato ed eliminato al macero. Mediamente, nel nostro paese, le copie rese rappresentano circa il 35% di quelle distribuite. La seconda fase della distribuzione, svolta dai distributori locali, riguarda il trasporto delle pubblicazioni ai punti vendita e il ritiro delle copie invendute.

La principale componente del compenso che i distributori percepiscono dagli editori è costituita dallo sconto rispetto al prezzo al dettaglio per ciascuna pubblicazione venduta. Questa risulta generalmente compresa tra il 4% ed il 13%. Gli editori, inoltre, versano ai distributori locali ulteriori compensi percentuali, detti di "portatura", sulla base del prezzo di copertina riferito a tutte le pubblicazioni movimentate, atti a compensare almeno in parte il costo di trasporto alle edicole delle pubblicazioni invendute non remunerato dal compenso sulle pubblicazioni vendute, mediamente pari all'1% del valore delle pubblicazioni trasportate.

Le modalità di vendita nei punti vendita esclusivi e non esclusivi, oltre che dal d.lgs n. 170/200192, sono stabilite in dettaglio dalle disposizioni contrattuali contenute nell'accordo interprofessionale concluso tra le associazioni degli editori e dei rivenditori – Nuovo Accordo Nazionale sulla Vendita dei Giornali Quotidiani e Periodici, rinnovato nel gennaio 2006, tra la Federazione Italiana Editori Giornali e l'Unione Stampa Periodica Italiana (FIEG e USPI), che comprendono circa il 90% degli editori italiani, le associazioni dei distributori (ADN e ANADIS) e quelle dei rivenditori (SI.NA.GI C.G.I.L.. C.I.S.L. - Giornalai, U.I.L.T.u.C.S.- Giornalai, S.N.A.G.-Confcommercio, FE.NA.GI-Confesercenti e USIAGI-UGL) che raggruppano oltre il 50% delle edicole esclusive.

I principali aspetti dell'accordo in vigore sono quelli relativi alla determinazione dell'entità dei compensi e alla definizione degli impegni reciproci di editori e dettaglianti. Per quanto riguarda la remunerazione dell'attività di rivendita al dettaglio, l'accordo fissa l'impegno per tutte le imprese aderenti alla FIEG di praticare alla totalità delle rivendite la stessa percentuale di sconto sul prezzo di copertina delle testate vendute, fissata pari al 19% per la gran parte dei prodotti editoriali (con esclusione dei supplementi e delle raccolte). L'accordo specifica altresì che l'orario di apertura di ciascun punto vendita non possa essere inferiore alle 12 ore giornaliere dal lunedì al sabato, con apertura domenicale almeno sino alle 13.00.

Uno studio realizzato dall'Università di Parma* relativo al periodo di sperimentazione, realizzato attraverso un monitoraggio delle vendite registrate durante il primo semestre del 1999 (prima della sperimentazione) e confrontate con quelle dello stesso periodo del 2000 (durante la sperimentazione) in tutte le rivendite di sei province italiane (Milano, Parma, Firenze, Roma, Lecce, Palermo), ha fornito informazioni riguardo alle potenzialità di vendita dei nuovi canali

* Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali – a cura del Dipartimento di Economia dell'Università di Parma e del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri – 31 ottobre 2000

distributivi. L'analisi delle vendite è stata effettuata solo con riferimento alle principali 609 testate nazionali (in termini di diffusione); sono escluse dallo studio le testate minori. Nel periodo di osservazione, le vendite delle testate parte del campione è risultato aumentato del 3.1% in valore e dell'1,7% in quantità. La variazione differisce per segmento di consumo e periodicità con scostamenti notevoli, che passano dal + 49,4% per le testate definite "Varie" e dal +23,2% per le riviste Sport/motori e Moda/maglia/cucito al -14% delle riviste Cucina ad un - 10,5% delle riviste Lotto e Totocalcio; a livello di periodicità, il più forte incremento si registra per i settimanali col +5%, seguiti dai mensili (+3,4%). Un fenomeno osservato nel corso del monitoraggio è stata l'incidenza molto simile delle rese dei punti di vendita sperimentali rispetto a quella dei punti vendita tradizionali. La ricerca conclude che "l'incidenza della resa non sembra dunque essere legata nel periodo osservato alla profondità dell'assortimento", ovvero il minore numero di testate disponibili abitualmente presso le rivendite non esclusive rispetto a quelle esclusive (3-400 in particolare di supermercati ed ipermercati rispetto a 1.000-1.500 delle edicole) non ha comportato penalizzazioni per le prime rispetto alle seconde. Analizzando in modo più approfondito i dati risultanti dalla sperimentazione per la Provincia di Milano* sono sintetizzati nella successiva tabella:

		Miliardi di lire	Migliaia di copie
Valore mercato primi 6 mesi 2000	A	301,9	117.968
Valore mercato primi 6 mesi 1999	B	260,3	95.432
Domanda aggiuntiva	C=A-B	41,7	22.536
Di cui in canali di sperimentazione	D	12,5	4.676
Residuo domanda aggiuntiva	E=C-D	29,2	17.860
% sperimentazione in domanda aggiuntiva	F=D*100/C	30,0%	20,8%

Fonte: Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali

* Utilizzeremo il dato relativo a tale Provincia in quanto si tratta della realtà territoriale più prossima (le altre Province sono Parma, Firenze, Roma, Lecce e Palermo); i dati, forniti dalle agenzie di distribuzione, sono riferiti alla quasi totalità della Provincia stessa.

La successiva tabella indica il dato relativo al numero medio di copie vendute in ciascuna tipologia di edicola per la Provincia di Milano nel periodo di sperimentazione; tale dato mostra come, nonostante l'ampliamento del numero dei punti di vendita conseguente alla sperimentazione, tutti i canali "tradizionali" abbiano registrato un aumento delle vendite medie.

Dati semestrali	1999	2000
Non in sperimentazione		
Cash & Carry		18.948
Ipermercato	102.972	130.221
Edicola esclusiva	60.034	71.027
Edicola promiscua	48.898	51.708
Distributori carburante	26.681	27.064
Supermercato	29.885	30.393
Sperimentazione		
Bar e Tabaccai		5.835
Distributori carburante		1.696
Esercizio specializzato		437
Ipermercato		58.600
Libreria		13.728
Supermercato		31.869

Fonte: Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali

Dei canali in "sperimentazione" l'unico che abbia un rilievo comparabile con quello delle rivendite "tradizionali", in termini di copie vendute, è quello degli esercizi della grande distribuzione; l'impatto di tale canale di vendita sulla rete delle edicole "tradizionali" si ridimensiona considerando che la gran parte del venduto è rappresentato da riviste periodiche (soprattutto settimanali femminili, televisivi, di cucina e di cucito) acquistate da consumatori che abitualmente non frequentano le edicole, e che diversamente non acquisterebbero il prodotto editoriale.

	Edicole tradizionali	Distribuzione organizzata	Altri canali
Quotidiani	95,9	1,9	2,2
Periodici	91,9	7,2	0,9
Altro*	98,7	1,1	0,1

Fonte: ns elaborazione su dati monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali

2. IL COMUNE DI CALOLZIOCORTE ED IL SUO TERRITORIO

Calolziocorte è un Comune della Provincia di Lecco, situato nella Valle San Martino e attraversato dalla ex S.S. 639; confina a Nord con i Comuni di Vercurago e di Erve, a Est con il Comune di Carenno, a Sud con i Comuni di Torre de' Busi e di Monte Marenzo, a Ovest con i Comuni di Brivio e di Olginate.



Fonte: www.viamichelin.it

Sul territorio comunale si distinguono quattro nuclei abitati: Calolzio centro e Corte, il nucleo più antico; Cornello Casale e Pascolo, a corona del nucleo precedente; Lorentino Rossino e Sopracornola, in posizione collinare; Sala e Foppenico, di più recente espansione.

Grazie alla sua collocazione, in corrispondenza dell'intersezione di diverse direttrici di traffico sovracomunale, e alle sue dimensioni demografiche, superiori a quelle dei Comuni limitrofi (con i suoi quasi 14.500 abitanti Calolziocorte è il terzo

Comune della Provincia per numero di abitanti, dopo Lecco e Merate), Calolziocorte ha sviluppato una consolidata funzione di centralità.

Le comunicazioni sono buone: oltre alla citata ex S.S. 639, attraversano il territorio comunale la S.P. 177, la S.P. 180, la S.P. 181 e la S.P. 182. E' inoltre presente una stazione ferroviaria di Trenitalia, che assicura un servizio completo e regolare lungo la tratta che collega il capoluogo di Provincia, Lecco, al capoluogo di Regione, Milano; al servizio pubblico su rotaia si aggiunge quello su gomma, che collega Calolziocorte ai Comuni del suo intorno.

3. VALUTAZIONE DELLA DOMANDA DI GIORNALI E RIVISTE

Nei prossimi anni i consumi di giornali e riviste certamente cambieranno in primo luogo per le modifiche demografica del Comune, in parte per le modificazioni delle abitudini di consumo di questi prodotti.

Di seguito cercheremo di quantificare queste dimensioni per determinare la domanda di questi generi e la conseguente necessaria offerta.

3.1 L'evoluzione demografica del Comune di Calolziocorte

Anno	Abitanti
1999	14.305
2000	14.344
2001	13.847
2002	14.188
2003	14.171
2004	14.121
2005	14.086
2006	14.037
2007	14.226
2008	14.370
2009	14.399
2010 al 31.07	14.371

Fonte: Ufficio Anagrafe Comune di Calolziocorte e Istat

Al 31 luglio 2010 risiedevano in Calolziocorte 5.742 famiglie.

Come si può osservare nella tabella, nel decennio 1999-2009 la popolazione di Calolziocorte è aumentata in misura limitata, con un saldo complessivo dello 0,7%, pari a ulteriori 94 abitanti.

Per il prossimo futuro le previsioni degli strumenti urbanistici vigenti non prevedono interventi tali da modificare questo andamento; pertanto stimeremo la domanda riferita al prossimo biennio analoga a quella attuale.

Per quanto riguarda la popolazione fluttuante, in Calolziocorte si deve registrare la presenza 4.924 addetti in 1.001 aziende (dati ISTAT Censimento 2001).

3.2 La composizione e la dinamica delle vendite di giornali e riviste

Per operare una stima concreta delle “... *caratteristiche urbanistiche e sociali delle diverse zone* ...”, si deve innanzitutto notare che il consumo dei giornali e riviste è tra i più elastici in funzione dell'aumento del reddito e dell'avanzare dei processi di modernizzazione che interessano la Società. In altri termini, il livello dei consumi dei prodotti editoriali è estremamente variabile, non solo a livello di ripartizioni geografiche principali (Italia Nord, Centro, Sud e Isole) ma anche, nell'ambito della medesima ripartizione geografica, a livello regionale.

La dimostrazione di questa considerazione è contenuta nella tabella successiva, che mostra i valori, estremamente differenziati riferiti alle singole Regioni; si evidenzia che a livelli diversi di redditi e di modernizzazione corrispondono altrettanti e diversissimi livelli di lettura dei giornali.

Si noti che le Regioni a forte vocazione turistica (ad esempio Liguria e Sardegna) hanno un livello di lettura significativamente più elevato rispetto alla media della rispettiva ripartizione geografica, verosimilmente dovuto alle convergenze di consumatori provenienti da altre Regioni che, nel periodo di maggior afflusso turistico, si aggiungono ai residenti e incrementano la domanda di prodotti editoriali.

ARTICOLAZIONE REGIONALE DELLE VENDITE DI QUOTIDIANI
(anno 2008)

	Copie vendute	Copie per 1.000 ab.
PIEMONTE	331.320	75
VALLE D'AOSTA	11.438	90
LOMBARDIA	1.020.536	105
TRENTINO ALTO ADIGE	129.147	127
VENETO	426.890	87
FRIULI VENEZIA GIULIA	170.330	138
LIGURIA	229.109	142
EMILIA ROMAGNA	484.219	112
TOSCANA	396.233	107
UMBRIA	64.938	73
MARCHE	127.317	81
LAZIO	583.471	104
ABRUZZO	97.982	73
MOLISE	15.128	47
CAMPANIA	255.527	44
PUGLIA	195.191	48
BASILICATA	23.066	39
CALABRIA	113.360	56
SICILIA	262.178	52
SARDEGNA	208.266	125
Totale	5.145.646	86
NORD	2.802.989	102
CENTRO	1.171.959	99
SUD e ISOLE	1.170.698	56

Fonte: ns. elaborazione su dati FIEG "La stampa in Italia 2007-2009"

Un ulteriore parametro da valutare è quello "... *dell'entità delle vendite* ...". Il parametro di riferimento statistico sarà quello del numero di copie effettivamente vendute quotidianamente; il periodo considerato è quello l'ultimo triennio, e quindi superiore a quanto richiesto dal d.lgs. 170/01 e dagli indirizzi regionali.

La successiva tabella mostra l'andamento delle vendite per i quotidiani (unico dato disponibile) nel biennio 2006-2008:

	2006	2007	2008	Var.% '08/06
TOT. NORD	3.068.518	2.966.932	2.802.989	-8,65%
TOT. ITALIA	5.510.325	5.399.837	5.145.646	- 6,62%

Fonte: ns. elaborazione su dati FIEG "La stampa in Italia 2007-2009"

Al fine di determinare le potenzialità di acquisto di prodotti editoriali, partiremo da un'analisi dei livelli di vendita, in termini di numero di copie/giorno. La successiva tabella indica quindi il numero totale di copie vendute giornalmente a livello nazionale e regionale.

	QUOTIDIANI Vendite anno-n° copie		QUOTIDIANI Copie per 1000 abitanti	
	2007	2008	2007	2008
Lombardia	1.062.292	1.020.536	110	105
Nord Italia	2.966.932	2.802.989	109	102
TOTALE ITALIA	5.399.837	5.145.646	91	86

Fonte: Elaborazione Fieg – La stampa in Italia 2007-2009

La potenzialità di acquisto della popolazione residente sarà determinata stimando che gli acquisti delle pubblicazioni di diversa periodicità sia variata in misura proporzionale a quella dei quotidiani.

L'incidenza percentuale delle vendite delle diverse pubblicazioni é indicata nella successiva tabella:

Dati Prov. MI - vedi nota 3, pag. 3, del presente Piano	Vendite anno 1999		Vendite anno 2000	
	n° copie	%	n° copie	%
Quotidiano	686.728.342	70,05	689.711.975	69,22
Settimanale	216.100.470	22,04	226.838.053	22,76
Mensile	74.578.442	7,61	77.119.056	7,74
Ultramensile	2.882.744	0,29	2.798.777	0,28
TOTALE	980.289.998	100,00	996.467.861	100,00

Fonte: Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali

I dati di acquisto per i residenti della Regione Lombardia, cui faremo riferimento nel prosieguo del presente studio, saranno quindi i seguenti:

	Proiezione anno 2008	
	Copie X 1000 ab	%
Quotidiano	105	69,08
Settimanale	34	22,37
Mensile	12	7,89
Altre periodicità	1	0,66
TOTALE	152	100,00

Fonte: Ns. Elaborazione su dati Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali e su dati FIEG

Rapportando tali dati ai consumatori residenti in totale in Calolziocorte per le 330 giornate attribuite a ciascun anno solare (considerando una media di 35 giorni tra ferie estive, assenze per fine settimana, festività e giornate di sciopero del settore, in cui non vengono pubblicati i giornali), otterremo le seguenti potenzialità di acquisto:

	Totale Comune di Calolziocorte			
	CopieX1000 ab	Abitanti 31 luglio 2010	Copie/giorno	Copie/anno
Quotidiano	105	14.371	1.509	497.955
Settimanale	34		489	161.243
Mensile	12		172	56.909
Ultramensile	1		14	4.742
TOTALE	152		2.184	720.849

Fonte: Ns. Elaborazione su dati Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali, su dati FIEG e su dati anagrafici Comune di Calolziocorte

4. LA RETE DELLE EDICOLE DI CALOLZIOCORTE

In Calolziocorte sono presenti 7 edicole, tutte esclusive, in quanto riferite ad attività già autorizzate (eventualmente a seguito di subingresso) ai sensi della l. 416/81 sebbene tutte le rivendite siano di fatto abbinate ad altra attività di vendita, di prodotti alimentari o non alimentari, o di rivendita di generi di monopolio.

Non sono presenti edicole non esclusive.

Delle edicole esistenti, 2 sono localizzate nei nuclei di Calolzio e Corte, le rimanenti sono inserite nei nuclei di Pascolo, Gallavesa, Rossino, Sala e Foppenico.

Nel corso del periodo trascorso dall'approvazione del precedente Piano di Localizzazione delle Edicole (d.c.c. 30 luglio 2004, n. 52), si è registrata la cessazione di un'attività, e precisamente della rivendita localizzata all'interno della stazione ferroviaria, inserita in spazi di proprietà dell'ente gestore del servizio ferroviario, che non ha ritenuto di procedere ad ulteriore assegnazione dei locali già sede dell'attività, impedendo in concreto il proseguimento della stessa.

Si segnala che il Piano appena citato suddivideva il territorio in 4 zone (centro urbano – Corte; frazioni di Pascolo e Gallavesa; frazioni di Rossino, Lorentino e Sopracornola; frazioni di Foppenico e Sala); ciascuna di queste zone era dotata di almeno una rivendita.

5. IL MERCATO DELLE RIVENDITE DI GIORNALI E RIVISTE IN CALOLZIOCORTE - CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE ED IPOTESI DI PIANO.

I criteri e i parametri di cui tener conto ai fini del rilascio di una nuova autorizzazione per la vendita di giornali e riviste, sia di tipo esclusivo che non esclusivo, sono stati determinati dalla Regione Lombardia con l'emanazione degli Indirizzi Regionali di attuazione del d.lgs. 170/01, e più precisamente all'art. 6 del medesimo provvedimento.

Più in dettaglio, gli aspetti da considerare sono i seguenti:

- Rapporto tra abitanti e famiglie residenti e rivendite esistenti (considerando, per le edicole non esclusive, un'equivalenza di 5 rivendite - ridotte a 3 nel caso di abbinamento a medie e grandi strutture di vendita - non esclusive ad una esclusiva);
- entità delle vendite di quotidiani e periodici nell'ultimo biennio;
- caratteristiche urbanistiche e sociali del Comune e delle eventuali frazioni o quartieri.

Come abbiamo visto al precedente paragrafo 4, attualmente in Calolziocorte sono presenti 7 edicole esclusive; a determinati valori del rapporto, l'art. 6, c. 3, degli indirizzi regionali attribuisce specifici valori di punteggio, utili a definire la possibilità di procedere ad un incremento dei punti di vendita esclusivi.

Il rapporto tra abitanti e famiglie residenti e rivendite esistenti in Calolziocorte sarà quindi il seguente:

Comune di Calolziocorte				
Abitanti al 31.07.2010	Rivendite esistenti	Rapporto A/B	Punteggio	TOTALE
14.371	7,00	2.053	0,75	
Famiglie al 31.12.2009				
5.742	7,00	820	0,75	1,50

--	--	--	--	--

Il risultato raggiunge il punteggio minimo di 1,50 che, sulla base degli indirizzi regionali, permette l'incremento fino al 15% dei punti di vendita esclusivi esistenti, ovvero di una unità; i parametri regionali permettono quindi di incrementare a 8 il numero di attività presenti nel Comune di Calolziocorte, come peraltro era fino a pochi anni fa.

Al fine di acquisire ulteriori elementi di analisi abbiamo chiesto agli operatori presenti nel territorio i dati riferiti all'andamento delle vendite: hanno risposto 5 degli operatori autorizzati (che ringraziamo per la collaborazione offerta), fornendo i dati delle vendite al 31 dicembre 2008 e 2009 in termini di valore economico del venduto, distinto tra quotidiani e periodici; la successiva tabella sintetizza i risultati dall'elaborazione in forma aggregata di tali dati, espressi in termini di variazione percentuale.

	Variazione % 2009/2008
Quotidiani	+ 0,7%
Periodici	+ 0,1%
TOTALE	+ 0,4%

La situazione appare di sostanziale stabilità, dato positivo in un momento nel quale, a livello nazionale, come abbiamo visto, si registra una contrazione dei consumi di prodotti editoriali.

In aggiunta, abbiamo voluto verificare, quale ulteriore elemento di analisi, le potenzialità di acquisto riferite ai residenti e alla popolazione fluttuante a precedente paragrafo 3.2; segnaliamo che si tratta di dati statistici, ovvero senza pretesa di riferimento alle reali condizioni di esercizio degli edicolanti di Calolziocorte.

Nel Comune si esprime una potenzialità di acquisto complessiva di 720.849 copie in un anno solare; la rete delle edicole di Calolziocorte conta 7 edicole di tipo

esclusivo, autorizzata ai sensi della l. 416/81, che abbinano alla vendita dei prodotti editoriali quella di altri prodotti, alimentari o non alimentari, o di generi di monopolio. Prendendo a riferimento i dati della Provincia di Milano sul Monitoraggio della Sperimentazione dei canali di vendita di giornali e riviste pubblicati dal Dipartimento per l'Editoria riferiti alle edicole tradizionali, suddivise in "esclusive" e "promiscue", per questa tipologia di attività si ha un numero medio di 103.416 copie vendute in un anno; assumeremo tali livelli di vendita come ottimali per stimare la corretta redditività delle rivendite, esistenti e potenziali.

Considerando tali livelli di vendita come ottimali, l'offerta della rete di edicole esistente nel Comune di Calolziocorte soddisfa la domanda espressa dai residenti, configurando una situazione di equilibrio. Tale situazione peraltro non considera il forte apporto della popolazione fluttuante, atteso il forte pendolarismo in entrata che interessa Calolziocorte, motivato da esigenze lavorative e scolastiche e dalla funzione di centralità che il Comune riveste, vista anche la presenza di un polo di interscambio gomma/rotaia del servizio di trasporto pubblico di linea, che induce significative convergenze da parte di residenti in altri Comuni e località verso il Centro di Calolziocorte.

In tale situazione, si ritiene di dover valutare la possibilità di apertura di una ulteriore edicola esclusiva.

Considerando nel complesso la situazione del Comune, l'ipotesi corretta sembra essere quella che, in concreto, permetta la riattivazione del servizio a supporto della stazione ferroviaria, ammettendo l'attivazione dell'ulteriore edicola in spazi diversi da quelli di proprietà dell'ente gestore del servizio ferroviario: al fine di assicurare corrette condizioni di localizzazione all'attività, l'attività dovrà ove possibile essere localizzata su area pubblica o all'interno di edifici di proprietà dell'Amministrazione di Calolziocorte o dei quali il Comune abbia la disponibilità, e quindi situati nelle immediate vicinanze della Stazione ferroviaria (indicativamente entro un raggio di circa 300 mt dagli ingressi della stazione stessa); naturalmente,

considerate le finalità di supporto all'utenza del servizio di trasporto pubblico assegnate a tale attività di edicola, il trasferimento della stessa in altri locali o ad altro soggetto dovrà essere subordinato ad espresso atto di assenso dell'Amministrazione, anche qualora la stessa non fosse proprietaria dei locali o della struttura che ospita l'attività.

In concreto, quindi, la suddivisione del territorio in zone già individuata dal Piano di Localizzazione approvato nel corso del 2004, sarà puntualizzata attraverso l'individuazione di una sub-zona interna alla zona 1, centro urbano – Corte, corrispondente alle aree più prossime alla stazione ferroviaria di Calolziocorte, ed in questa zona dovrà essere localizzata l'ulteriore edicola esclusiva. Inoltre, al fine di uniformare gli strumenti programmatori e regolamentari delle attività commerciali e assimilabili (medie strutture di vendita, somministrazione, edicole), la frazione di Foppenico verrà ricompresa nella zona 1.

In definitiva, ai fini della localizzazione delle attività di rivendita esclusiva di giornali e riviste, il territorio del Comune di Calolziocorte sarà suddiviso nelle seguenti zone:

- Zona 1** centro urbano – Corte – frazione di Foppenico;
- Zona 1 bis** zona della stazione ferroviaria;
- Zona 2** frazioni di Pascolo e Gallavesa;
- Zona 3** frazioni di Rossino, Lorentino e Sopracornola;
- Zona 4** frazione di Sala.

Il trasferimento delle edicole esclusive autorizzate sarà sempre possibile all'interno della stessa zona, prevedendo tuttavia, al fine di assicurare il mantenimento di una distribuzione adeguata del servizio nel territorio, una distanza di 300 mt dalle altre edicole esistenti, localizzate in tutte le zone del Comune di Calolziocorte o nel territorio dei Comuni limitrofi.

Per quanto riguarda le rivendite non esclusive, si tratta di un offerta che

abbina la vendita dei prodotti editoriali a quella, prevalente, di altri articoli o prodotti, e permette pertanto all'operatore di reperire le condizioni di economicità d'esercizio anche con riferimento a rivendite localizzate in zone decentrate; tuttavia la limitazione posta alle attività di nuovo impianto (che possono effettuare la vendita solo dei quotidiani o delle riviste e non di entrambi i generi), rende rara l'apertura di tali esercizi. Tuttavia, per quanto di improbabile attivazione, non riteniamo di dover impedire eventuali aperture di edicole non esclusive, creando le condizioni affinché le eventuali nuove rivendite di questo tipo vengano attivate assicurando un servizio a fasce di utenza che attualmente ne sono prive; si propone perciò di ammettere l'apertura di queste edicole solo se localizzate ad una distanza minima di almeno 800 m da altre edicole esistenti, sia di tipo esclusivo che non esclusivo, localizzate in tutte le zone del Comune di Calolziocorte o nel territorio dei Comuni limitrofi; tali limiti distanziometrici non si applicheranno nel caso di edicole inserite in esercizi specializzati (es. fotografi, mercerie) e nelle attività della media e grande distribuzione, dove la vendita dei prodotti editoriali rappresenta un completamento del servizio offerto alla clientela ormai consueto.

Per quanto riguarda il trasferimento delle eventuali rivendite non esclusive, dovrà avvenire nel rispetto delle distanze indicate al comma precedente.

6. NECESSITA' EDICOLE

TOTALE EDICOLE ESCLUSIVE Comune di CALOLZIOCORTE		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
7	1	8

Zona 1 centro urbano – Corte – frazione di Foppenico		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
3	0	3

Zona 1 bis zona della stazione ferroviaria		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
0	1	1

Zona 2 frazioni di Pascolo e Gallavesa		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
2	0	2

Zona 3 frazioni di Rossino, Lorentino e Sopracornola		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
1	0	1

Zona 4 frazioni di Foppenico e Sala		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
1	0	1

NORMATIVA di PIANO

Normativa di Piano

Art. 1	NORME DI RIFERIMENTO E DEFINIZIONI	pag. 1
Art. 2	REQUISITI PER L'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ DI VENDITA	pag. 2
Art. 3	AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA PER RIVENDITA ESCLUSIVA	pag. 4
Art. 4	TRASFERIMENTO E/O AMPLIAMENTO DI RIVENDITE ESCLUSIVE GIÀ AUTORIZZATE	pag. 6
Art. 5	AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA PER RIVENDITA NON ESCLUSIVA	pag. 7
Art. 6	RIVENDITE DI GIORNALI E RIVISTE ESCLUSE DALL'OBBLIGO DI AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA	pag. 9
Art. 7	MODALITÀ DI VENDITA E DIVIETI	pag. 10
Art. 8	CONCESSIONE DI SUOLO PUBBLICO	pag. 12
Art. 9	SUBINGRESSI	pag. 13
Art.10	REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE	pag. 14
Art.11	COMUNICAZIONI AD ALTRI SOGGETTI	pag. 15
Art.12	NECESSITÀ ULTERIORI EDICOLE E DURATA DEL PRESENTE PIANO	pag. 16

Art.1 Norme di riferimento e definizioni

Il rilascio di autorizzazioni per la vendita della stampa quotidiana e periodica é disciplinato dal d.lgs. 170/01; per quanto non previsto dal suddetto d.lgs. 170/01, si applica il d.lgs. 114/98, recante disciplina del settore del commercio.

Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola in:

- **Punti di vendita esclusivi** – esercizi previsti nel presente Piano Comunale di Localizzazione tenuti alla vendita sia della stampa quotidiana che di quella periodica e in ogni caso gli esercizi autorizzati ai sensi dell'art. 14, l. 416/81; tali rivendite possono comunque destinare una parte non superiore al 30% della superficie di vendita autorizzata alla commercializzazione di altri generi non alimentari o di pastigliaggi, senza necessità di presentare ulteriore comunicazione di cui all'art. 7 d.lgs. 114/98; la vendita dei prodotti editoriali deve essere effettuata in locali separati dalle eventuali altre attività commerciali o di servizio contigue; sono in ogni caso fatti salvi i diritti acquisiti dagli operatori già autorizzati alla data del 29 maggio 2001 o dei loro aventi causa;
- **Punti di vendita non esclusivi** – esercizi che, in aggiunta alle merci di cui al successivo art. 4 sono autorizzati alla vendita di soli quotidiani o di soli periodici; sono considerati punti di vendita non esclusivi anche gli esercizi che, avendo effettuato la vendita di quotidiani o periodici o di entrambi i prodotti a seguito di sperimentazione ai sensi dell'art. 1, l. 108/99, hanno ottenuto l'autorizzazione prevista dall'art. 4, c. 1, l. 108/99 o dall'art. 2, c. 4, d.lgs. 170/01, per la vendita di quotidiani o periodici o per entrambi i prodotti.

ART.2 REQUISITI PER L'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ DI VENDITA

L'attività di vendita di giornali e riviste, in forma esclusiva o non esclusiva, può essere esercitata da tutti i soggetti, persone fisiche o società di persone o di capitali, in possesso dei requisiti di cui all'art. 71 d.lgs. 59/10.

Non possono esercitare l'attività di vendita di giornali e riviste, salvo abbiano ottenuto la riabilitazione:

- a) coloro che sono stati dichiarati delinquenti abituali, professionali o per tendenza, salvo che abbiano ottenuto la riabilitazione;
- b) coloro che hanno riportato, con sentenza passata in giudicato, una condanna a pena detentiva per uno dei delitti di cui al libro II, Titolo VIII, capo II del codice penale, ovvero per ricettazione, riciclaggio, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, rapina, delitti contro la persona commessi con violenza, estorsione;
- c) coloro che hanno riportato, con sentenza passata in giudicato, una condanna per reati contro l'igiene e la sanità pubblica, compresi i delitti di cui al libro II, Titolo VI, Capo II del codice penale;
- d) coloro che hanno riportato, con sentenza passata in giudicato, due o più condanne, nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, per delitti di frode nella preparazione e nel commercio degli alimenti previsti da leggi speciali;
- e) coloro che sono sottoposti a una delle misure di prevenzione di cui alla legge 27 dicembre 1956, n. 1423, o nei cui confronti sia stata applicata una delle misure previste dalla legge 31 maggio 1965, n. 575, ovvero a misure di sicurezza non detentive;

Salvo riabilitazione, il divieto di cui al precedente comma ha durata di cinque anni a decorrere dal giorno in cui la pena é stata scontata o dal giorno del passaggio in giudicato della sentenza qualora la pena si sia in altro modo estinta; tale divieto non si applica in caso sia stata concessa la sospensione condizionale della pena con sentenza passata in giudicato, sempre che non intervengano circostanze idonee a incidere sulla revoca della sospensione.

In caso di società, associazioni od organismi collettivi il possesso dei requisiti di cui al precedente comma 1 è richiesto con riferimento al legale rappresentante, ad eventuale altra persona preposta all'attività, ed a tutti i soggetti (amministratori e soci) indicati all'art. 2, c. 3, D.P.R. 252/98.

ART.3 AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA PER RIVENDITA ESCLUSIVA

L'apertura di un punto di vendita esclusivo di giornali e riviste é soggetto ad autorizzazione rilasciata dal Dirigente del settore competente o dal facente funzione, nel rispetto del presente Piano di Localizzazione.

Unitamente alla domanda di autorizzazione di cui al precedente comma, l'interessato che non sia già titolare di attività di vendita in sede fissa di prodotti del settore non alimentare, dovrà presentare, con l'utilizzo della modulistica approvata dalla Regione, comunicazione di apertura di esercizio di vicinato. La presentazione della comunicazione può essere effettuata anche tramite raccomandata con avviso di ricevimento. Tale comunicazione dovrà contenere i seguenti elementi essenziali:

- a) dichiarazione dell'interessato di essere in possesso dei requisiti di cui al precedente articolo 2;
- b) dichiarazione di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
- c) l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

L'istanza di autorizzazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non é soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

Il Responsabile del procedimento, ricevuta l'istanza provvede ai seguenti adempimenti provvede al rilascio dell'autorizzazione o alla comunicazione di

diniego, entro il termine di 30 giorni dalla data di presentazione dell'istanza, fatti salvi gli eventuali periodi di sospensione del procedimento.

ART.4 TRASFERIMENTO E/O AMPLIAMENTO DI RIVENDITE ESCLUSIVE GIÀ AUTORIZZATE

Il trasferimento delle edicole autorizzate alla data di approvazione del presente Piano è soggetto a comunicazione preventiva e potrà essere effettuato trascorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione da parte dell'Amministrazione Comunale, qualora questa non abbia notificato all'interessato la sussistenza di cause ostative.

Al fine di assicurare il mantenimento della corretta distribuzione del servizio all'interno del territorio, in caso di trasferimento dovrà essere assicurata una distanza di 300 mt dalle altre edicole esistenti, localizzate in tutte le zone del Comune di Calolziocorte o nel territorio dei Comuni limitrofi.

La comunicazione di trasferimento dovrà essere presentata mediante utilizzo della modulistica approvata dalla Regione per le attività di commercio al dettaglio in sede fissa e dovrà contenere gli elementi essenziali di cui al comma 3 del precedente articolo 3.

La comunicazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non é soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

In ogni caso, a seguito del trasferimento, l'Amministrazione Comunale dovrà procedere ad annotare sull'autorizzazione alla vendita di giornali e riviste già in possesso dell'interessato la nuova ubicazione della rivendita.

L'ampliamento di una rivendita esclusiva è soggetto a semplice comunicazione, e potrà essere effettuato trascorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione da parte dell'Amministrazione Comunale.

ART.5 AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA PER RIVENDITA NON ESCLUSIVA

Nell'ambito del territorio comunale potranno essere autorizzate all'esercizio dell'attività di edicola non esclusiva di cui all'art. 2, c. 3, d.lgs. 170/01 le attività che si collochino rispetto ad altri punti di vendita, esclusivi e/o non esclusivi, ad una distanza, calcolata per il percorso pedonale più breve, superiore a 800 mt.. Tale limite non si applicherà alle edicole non esclusive di cui alle lett. d) ed f) del successivo comma 2.

L'apertura di un punto di vendita non esclusivo di giornali e riviste é soggetto ad autorizzazione rilasciata dal Dirigente del settore competente o dal facente funzione, nel rispetto dei criteri generali determinati dall'Amministrazione per il rilascio delle autorizzazioni per rivendite non esclusive, ai richiedenti titolari di autorizzazione o altro atto abilitativo all'esercizio di:

- a) rivendita di generi di monopolio;
- b) rivendita di carburanti con superficie pari o superiore a 1.500 mq;
- c) attività di somministrazione di bevande di cui all'art. 5, lett. b), o all'art. 3, c. 6, lett. c) l. 287/91;
- d) strutture di vendita di cui all'art. 4, c. 1, lett. e) – media struttura, f) – grande struttura, g) – centro commerciale, d.lgs. 114/98 con superficie pari o superiore a 700 mq;
- e) prevalente vendita di libri con superficie pari o superiore a 120 mq;
- f) vendita specializzata di particolari tipologie merceologiche (es. articoli sportivi, modellismo, ecc.) con riferimento alla vendita di riviste di analoga specializzazione.

La domanda di autorizzazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non é soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente comunale addetto al ricevimento della stessa, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore e deve contenere i seguenti elementi:

- a) ubicazione e estremi dell'autorizzazione o dell'atto abilitativo dell'esercizio di cui al precedente comma 1;
- b) tipologia di prodotti editoriali che si intende mettere in vendita (giornali e/o riviste);
- c) dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 1, c. 1, lett. d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7), l. 108/99;

Il trasferimento dei punti di vendita non esclusivi è soggetto ad autorizzazione comunale, e dovrà avvenire nel rispetto delle distanze di cui al presente articolo.

L'attività di vendita non esclusiva autorizzate ai sensi dell'art. 2, c. 2, d.lgs. 170/01 non potranno trasferirsi separatamente dalla congiunta attività di cui al comma 3 del medesimo articolo; la cessazione o la revoca dell'attività prevalente comporteranno la restituzione o la revoca dell'autorizzazione per il punto di vendita non esclusivo.

ART.6 RIVENDITE DI GIORNALI E RIVISTE ESCLUSE DALL'OBLIGO DI AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA

Non è necessaria alcuna autorizzazione:

- per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati o associazioni, di pubblicazioni a contenuto particolare, connesse con l'attività sociale;
- per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali o religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
- per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate dai giornali da esse editi;
- per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
- per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante effettuata da editori (limitatamente alle proprie pubblicazioni), distributori e edicolanti;
- per la vendita in alberghi e pensioni, purché effettuata unicamente a favore della clientela ospitata;
- per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche (es. ospedali) o private (es. case di cura o di riposo, padiglioni fieristici) rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Per la vendita di pubblicazioni della stampa estera nell'ambito di attività che non abbiano le caratteristiche di cui al comma precedente è necessario il possesso dell'autorizzazione per edicola esclusiva o non esclusiva.

ART.7 MODALITÀ DI VENDITA E DIVIETI

La vendita dei prodotti editoriali da parte delle rivendite, esclusive e non esclusive, deve avvenire nel rispetto delle seguenti modalità:

- 1 parità di trattamento tra le diverse testate (per gli esercizi non esclusivi che vendano solo quotidiani o riviste, limitatamente al genere venduto; questa disposizione non si applica agli esercizi specializzati che vendano esclusivamente le pubblicazioni pertinenti alla tipologia di vendita) ;
- 2 il prezzo di vendita dei prodotti editoriali deve essere quello stabilito dagli editori;
- 3 deve essere assicurato un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
- 4 è fatto divieto di esporre al pubblico giornali e riviste aventi contenuto pornografico, la cui vendita è vietata ai minori.

La violazione di tali disposizioni é punita con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 2.582 - lire 5.000.000 a euro 15.493 - lire 30.000.000.

In caso di particolare gravità o di recidiva (qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si é proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione) il Comune può disporre la sospensione della attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni.

Per le violazioni di cui al presente articolo l'autorità competente è individuata ai sensi del d.lgs. 267/2000, Testo Unico degli Enti Locali.

Gli orari di apertura e le giornate di chiusura delle edicole esclusive dovranno essere individuate ed effettuate dagli operatori in accordo con le disposizioni contrattuali vigenti a livello nazionale (Accordo nazionale sulla vendita

di Giornali e dei periodici – Maggio 2005; salvo modifiche e aggiornamenti intersorsi).

ART.8 CONCESSIONE DI SUOLO PUBBLICO

L'autorizzazione per la rivendita esclusiva di giornali e riviste, ove previsto, dovrà essere rilasciata per chioschi situati su suolo pubblico.

L'interessato dovrà presentare domanda nel rispetto delle disposizioni dettate dal Comune per la concessione dell'utilizzo di suolo pubblico, nel rispetto degli eventuali appositi bandi, che dovranno prevedere il contestuale rilascio dell'autorizzazione amministrativa e della concessione di suolo pubblico.

L'Amministrazione, in caso di autorizzazione localizzata su suolo pubblico, in strutture di proprietà pubblica o comunque in ambiti aventi finalità di completamento di strutture di pubblico servizio (ad esempio di trasporto o sanitarie), potranno determinare, in sede di bando di assegnazione, prescrizioni volte a limitare la cessione della rivendita ad altri soggetti e il trasferimento della stessa in altri locali.

ART.9 SUBINGRESSI

È soggetto a comunicazione al Comune competente per territorio il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte, nonché la cessazione dell'attività relativa alle rivendite esclusive o non esclusive.

Il subentrante per causa di morte in una attività commerciale può proseguire nello svolgimento dell'attività del dante causa se in possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della presente Normativa.

Il subentrante per atto tra vivi in possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della presente Normativa che abbia trasmesso la prescritta comunicazione di subingresso ha facoltà di iniziare immediatamente l'esercizio dell'attività.

Non costituisce subingresso la comunicazione con la quale il titolare di un esercizio organizzato in più reparti, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di prestazione del servizio, notifica al Comune di aver affidato uno o più reparti in gestione a terzi in possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della presente Normativa.

E' in ogni caso escluso, in caso di edicole non esclusive, la cessione separata dell'attività di rivendita di giornali e riviste e dell'attività di cui all'art. 2, c. 3, d.lgs. 170/01, come pure il proseguimento dell'attività di rivendita di giornali e riviste in caso di cessazione dell'attività primaria di cui all'art. 2, c. 3, d.lgs. 170/01.

ART.10 REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

L'autorizzazione di cui agli artt. 3 e 4 della presente normativa è revocata qualora il titolare:

- a) non inizi l'attività di vendita dei giornali e/o delle riviste entro un anno dalla data del rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
- b) sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- c) non risulti più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2, d.lgs. 114/98.

In caso di svolgimento abusivo dell'attività viene ordinata la chiusura immediata dell'esercizio di vendita.

ART.11 COMUNICAZIONI AD ALTRI SOGGETTI

Ogni modifica ai limiti quantitativi ed alle distanze tra rivendite previsti per l'insediamento delle edicole esclusive e non esclusive dal presente Piano Comunale di Localizzazione delle Rivendite Esclusive costituisce adeguamento del medesimo, da adottarsi con le medesime modalità seguite per l'adozione del presente Piano, sentite le associazioni degli editori e dei distributori e le organizzazioni sindacali dei rivenditori maggiormente rappresentative a livello provinciale e regionale.

Non costituisce adeguamento del presente Piano ogni modifica introdotta al fine di adeguare il medesimo alle normative sopravvenute, nazionali e regionali, nonché agli atti di indirizzo regionali emanati successivamente alla data di adozione del presente Piano.

Ai sensi dell'art. 5, c. 2, degli indirizzi regionali di attuazione del d.lgs. 170/01, devono essere comunicate alla Regione, entro il termine di 30 giorni dalla loro adozione, gli atti di subingresso, cessazione, decadenza, rilascio di autorizzazione, e ogni altro atto comportante variazioni nella consistenza della rete delle rivendite di giornali e riviste o nella loro titolarità.

ART.12 NECESSITA' ULTERIORI EDICOLE E DURATA DEL PRESENTE PIANO

Le disposizioni di cui al presente Piano Comunale di Localizzazione delle Rivendite Esclusive hanno valore fino all'approvazione di un nuovo Piano, fatti salvi gli adeguamenti normativi; è tuttavia possibile procedere ad una revisione anticipata del presente Piano, a seguito di importanti variazioni delle condizioni sociali, economiche e demografiche del territorio comunale.

Per il periodo di validità del presente Piano, ai fini dell'insediamento delle rivendite esclusive di giornali e riviste, il Comune di Calolziocorte è suddiviso nelle seguenti zone:

- Zona 1** centro urbano – Corte – frazione di Foppenico;
Zona 1 bis zona della stazione ferroviaria;
Zona 2 frazioni di Pascolo e Gallavesa;
Zona 3 frazioni di Rossino, Lorentino e Sopracornola;
Zona 4 frazione di Sala

Per ciascuna di tali zone è previsto il seguente numero ottimale di edicole esclusive:

TOTALE EDICOLE ESCLUSIVE Comune di CALOLZIOCORTE		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
7	1	8

Zona 1 centro urbano – Corte – frazione di Foppenico		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
3	0	3

Zona 1 bis zona della stazione ferroviaria		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
0	1	1

Zona 2 frazioni di Pascolo e Gallavesa		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
2	0	2

Zona 3 frazioni di Rossino, Lorentino e Sopracornola		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
1	0	1

Zona 4 frazione di Sala		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
1	0	1

Al fine di assicurare il mantenimento della corretta distribuzione del servizio all'interno del territorio, in caso di rilascio di autorizzazione per apertura di nuova edicola, dovrà essere assicurata una distanza di 300 mt dalle altre edicole esistenti, localizzate in tutte le zone del Comune di Calolziocorte o nel territorio dei Comuni limitrofi.