



COMUNE DI PONZANO VENETO
Provincia di Treviso

**PIANO DI LOCALIZZAZIONE
DEI PUNTI VENDITA
DI QUOTIDIANI E PERIODICI**

(D.Lgs. 24.04.2001 n.170 e D.G.R. 16.05.2003 n.1409)

APPROVATO CON DELIBERA DEL C.C. n. 18 del 30 maggio 2006

INDICE:

- PREMESSA
- NORMATIVA
- CONTENUTI DEL PIANO
- SISTEMA DI CALCOLO
- CRITERI DI RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI
- LE RIVENDITE ESISTENTI
- ESTRATTO DELLE DISPOSIZIONI IN MATERIA

Allegati : SCHEDE DATI COMUNALI

LE PREMESSE

Il D.Lgs. n.170/2001 “riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica” distingue le edicole in:

- punti vendita esclusivi sono quelli previsti nel piano comunale di localizzazione e sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici, anche congiuntamente ad altre merci;
- punti vendita non esclusivi consente ad alcune particolari tipologie di esercizi commerciali di vendere anche quotidiani e/o periodici e precisamente:
 - ✓ alle rivendite di generi monopoli
 - ✓ alle rivendite di carburanti e olii minerali (con minimo di 1.500 mq di superficie)
 - ✓ ai bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
 - ✓ alle medie strutture di vendita con minimo 700 mq di superficie di vendita,
 - ✓ agli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati con superficie minima di 120 mq;
 - ✓ agli esercizi a prevalente specializzazione di vendita per le riviste di identica specializzazione (ad esempio le riviste di arredamento nei negozi specializzati nella vendita di mobili).

LA NORMATIVA

Il decreto n.170/2001 “riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica” ha poi aperto un problema interpretativo in merito alle definizioni di punto esclusivo e non esclusivo enunciate dall'art. 1, comma 2, che recita “ai fini del presente decreto si intende per:

- a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
- b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dal presente decreto, che in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici”.

Il Ministero del Commercio nella circolare n.3538 del 28.12.2001 ha precisato che i punti vendita non esclusivi possono vendere sia quotidiani che periodici attribuendo al termine “ovvero” un significato congiuntivo e non disgiuntivo.

La Regione Veneto al contrario, a tal riguardo, ha inviato a tutti i comuni la nota prot. n. 2633/49030204 del 29/03/2002 attribuendo al termine valore disgiuntivo e quindi affermando che i punti vendita non esclusivi possono vendere una sola delle due tipologie (o solo quotidiani o solo periodici) e non entrambe, fatto salvo, aggiunge la Regione, per quegli esercizi che hanno partecipato alla sperimentazione vendendo entrambe le tipologie, per i quali l'autorizzazione è stata rilasciata di diritto ai sensi della legge n. 108/99. (a Ponzano Veneto nessuno ha partecipato alla sperimentazione).

La DGR 16.05.2003 n.1409 prevede che i Comuni approvino il piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi entro 180 giorni dalla data di pubblicazione nel BUR della DGR (15.07.03). Il Comune non è stato in grado di rispettare questo termine in quanto all'inizio del 2004 questo Comune ha riorganizzato gli

Uffici e le Aree, e questo Ufficio ha avuto una riorganizzazione sostanziale sia per quanto riguarda le persone addette sia per quanto riguarda l'area di competenza e si è fatto carico di provvedere agli adempimenti previsti da specifiche normative di settore ai tra cui questo.

La Regione Veneto con la D.G.R. 1409 sopra citata ha emanato i criteri per l'elaborazione del piano di localizzazione per i punti vendita esclusivi stabilendo rapporti matematici a cui attenersi nella pianificazione. Piano che deve essere approvato dal Consiglio Comunale.

IL CONTENUTO DEL PIANO E SCHEDE DATI COMUNALI

Per la redazione del Piano questa Amministrazione comunale si è avvalsa del sistema di calcolo adottato dal "progetto associato" del Centro Studi Amministrativi della Marca Trevigiana con sede in via Terraglio n.58 a Preganziol, con il quale esiste una adesione al progetto "Unico per l'impresa" per l'attività di supporto ai Comuni per quanto riguarda le attività produttive.

I dati sulle vendite dei prodotti editoriali per gli anni 2003/2004. sono stati forniti dalla ditta "Chiminelli Distribuzione srl" e dalla "Piave Distribuzione srl" in cui si evince l'aumento del 6,06% delle vendite nel comune;

Per quanto riguarda i punti vendita non esclusivi la Regione impone di dotarsi di criteri per il rilascio delle autorizzazioni quali:

- 1) ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO
- 2) PARAMETRI NUMERICI RELATIVI:
 - a) RAPPORTO CON I RESIDENTI: un punto vendita non esclusivo per ogni 500 abitanti
 - b) INCREMENTO
 - c) DEROGA AL RAPPORTO CON I RESIDENTI
 - d) TRASFERIMENTI
- 3) CRITERI PER L'ESAME DELLE RICHIESTE DI AUTORIZZAZIONE
- 4) MODALITA' DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE.

Tenuto presente che la Regione nella bozza dei criteri ha fissato dei rapporti ottimali di programmazione a precisamente n.1 punto di vendita esclusivo ogni 2500 abitanti stabilendo che n. 1 punto esclusivo equivale a cinque punti non esclusivi è possibile che n. 1 punto vendita non esclusivo possa insediarsi ogni 500 abitanti.

Tenuto conto che in molti comuni lo sviluppo urbanistico possa aver creato delle zone scoperte dal servizio, si ritiene utile prevedere che in caso di esaurimento delle autorizzazioni rilasciabili ed in presenza di richieste di rilascio di nuove autorizzazioni vi sia la possibilità di un'ulteriore autorizzazione in relazione a particolari fenomeni di urbanizzazione e all'incremento del venduto. Tale possibile previsione è soggetta ad atto di indirizzo della Giunta Comunale.

Si può prevedere inoltre per tutte le zone un incremento di una ulteriore unità dei punti vendita non esclusivi esistenti in relazione a particolari fenomeni di urbanizzazione interessanti il territorio comunale ovvero qualora il volume delle vendite annue nel Comune si registri un incremento superiore al 0.4% per i quotidiani e al 0.8% per i periodici.

SISTEMA DI CALCOLO

CENTRO STUDI AMMINISTRATIVI DELLA MARCA TREVIGIANA

Progetto Associato

Redazione piano di localizzazione e criteri di rilascio autorizzazioni punti vendita quotidiani e periodici.

SCHEDE ILLUSTRATIVE DEI CRITERI DI CALCOLO DEL PARAMETRO NUMERICO

PRESUPPOSTI NORMATIVI: D.G.R. Veneto n. 1409 del 16.5.2003, all. A, art. 13, come modificata da DGR 1806/2003.

Con l'art. 13 della succitata DGR la Regione ha dettato i "Criteri per l'adozione dei piani di localizzazione" dei punti vendita della stampa quotidiana e periodica da parte dei comuni.

In particolare esso prevede:

1. la suddivisione del territorio comunale in zone secondo criteri di omogeneità (comma 2.a);
2. le caratteristiche, demografiche, sociali ed economiche, rilevanti ai fini della pianificazione (comma 2.b);
3. la garanzia di partecipazione al procedimento per le parti sociali (comma 2.c);
4. l'obiettivo della individuazione, per ogni zona, del "numero massimo degli esercizi di vendita" (comma 3);
5. la possibilità di stabilire la distanza minima che deve intercorrere tra due diversi punti vendita" (comma 4).

Prevede inoltre:

6. che nella predisposizione dei Piani di localizzazione dei punti vendita esclusivi, si tenga conto altresì (comma 5):
 - a) del rapporto tra la popolazione residente e i punti vendita;
 - b) del rapporto tra il numero delle famiglie e i punti vendita;
(vanno considerati anche i punti vendita non esclusivi con i seguenti rapporti di equiparazione ai punti vendita esclusivi: 1:1, per i pv non esclusivi inseriti nella media e grande distribuzione; 5:1 per gli altri pv non esclusivi);
 - c) del numero dei quotidiani e dei periodici venduti nel biennio antecedente l'approvazione del piano;
7. che i piani, rispetto alla situazione accertata, possono prevedere un incremento dei punti vendita esclusivi, qualora in base all'applicazione dei parametri di seguito indicati venga raggiunto un punteggio minimo pari a 1,50 punti, tenendo conto che in presenza di tale fattispecie, l'incremento dovrà conformarsi al rapporto di un nuovo punto vendita esclusivo ogni 2500 residenti (comma 7).

a) da 0 a 1000 residenti x p.v. punti 0,25	b) da 0 a 700 famiglie x p.v. punti 0,25
da 1001 a 2000 residenti x p.v. punti 0,50	da 701 a 800 famiglie x p.v. punti 0,50
da 2001 a 3000 residenti x p.v. punti 0,75	da 801 a 900 famiglie x p.v. punti 0,75
oltre 3000 residenti x p.v. punti 1	oltre 900 famiglie x p.v. punti 1

Dalla lettura dei presupposti normativi sopra riportati, appare evidente come la seconda parte dispositiva vincoli la pianificazione comunale al risultato di una complessa formula matematica, per la cui applicazione siamo ricorsi al supporto di un foglio elettronico di calcolo.

CRITERI E FORMULE APPLICATI NEL FOGLIO ELETTRONICO DI CALCOLO (vedi allegato).

Parte prima: (primo quadro) "TABELLA DI CALCOLO DISPONIBILITÀ TEORICA DI AUTORIZZAZIONI E PROPOSTA DI PARAMETRO NUMERICO".

Contiene, su più colonne, i dati delle singole zone comunicati dai Comuni, significativi agli effetti del calcolo. L'ultima riga contiene i dati dell'intero territorio comunale. La dodicesima riga contiene i dati in percentuale riferiti all'andamento delle vendite dei rispettivi bienni, comunicati dalle ditte distributrici.

Parte seconda: da "zona nr. 1" a "zona nr. 3", più quadro "dati sul territorio comunale".

Contiene le formule e i risultati del calcolo, riferiti alle eventuali singole zone e all'intero territorio comunale.

Parte terza: quadro relativo alla proposta di "PARAMETRI NUMERICI DEL COMUNE DI".

Riassume i valori di accertamento, di variazione e di contingente massimo dei punti vendita, per zona e tipologia.

Criteri e Formule (vedi riferimenti nel primo quadro, dei dati comunali, e nel quadro “zona nr. 1” del prospetto **ALLEGATO**):

“Formula a1” (calcolo del punteggio (Res/p.v.): Formula b1 (calcolo del punteggio (Fam/p.v.))

se “c1/i1” \leq 1000 valore 0,25

se “d1/i1” \leq 700 valore 0,25

se “c1/i1” \geq 1001 e \leq 2000 valore 0,50

se “d1/i1” \geq 701 e \leq 800 valore 0,50

se “c1/i1” \geq 2001 e \leq 3000 valore 0,75

se “d1/i1” \geq 801 e \leq 900 valore 0,75

se “c1/i1” \geq 3001 valore 1

se “d1/i1” \geq 901 valore 1

NOTA: ai fini della determinazione dei punteggi (formula a1 e formula b1), qualora la zona sia priva di qualsiasi punto vendita (valore colonna “i”=0), nel calcolo dei rapporti “residenti/p.v.” (c/i) e “famiglie/p.v.” (d/i), ad “i” è assegnato il valore “1”, in modo che il punteggio assuma il valore massimo corrispondente alla presenza di almeno un punto vendita.

Ciò sia per logica dei fatti (il punteggio cresce con il diminuire dei punti vendita), che per dare significato logico alla frazione matematica prevista dalla norma.

“Formula x1” (calcolo della possibilità teorica di incremento dei punti vendita esclusivi):

se “punteggio totale” $<$ 1,50, allora, valore x1 = 0 (come previsto dalla DGR, art. 13, comma 7, primo periodo).

se “punteggio totale” \geq 1,50, allora, valore x1 = risultato arrotondato all’unità inferiore di (c1/2500)-(e1+f1+h1) (cioè pari al numero intero risultante dalla sottrazione tra il rapporto “residenti/2500”, applicato ai sensi della DGR, art. 13, comma 7, secondo periodo, e il numero dei pv per il calcolo – sono riportati anche gli eventuali valori negativi);

“Formula y1” (calcolo della possibilità teorica di incremento dei punti vendita non esclusivi):

se (resto residenti/500) $<$ 1, allora, valore y1 = 0;

se (resto residenti/500) \geq 1 e $<$ 2, allora, valore y1 = 1-(f1+g1);

se (resto residenti/500) \geq 2, allora, valore y1 = 2-(f1+g1);

NOTA: qualora il calcolo determinasse un valore di “y1” negativo, allo stesso è assegnato il valore “0”.

“Formula xx1” (calcolo del contingente massimo dei punti vendita esclusivi):

se “andamento vendite 2001/2002” $<$ 0, oppure valore “x1” $<$ 0, allora, valore xx1 = e1 (punti vendita esclusivi accertati)

se “andamento vendite 2001/2002” $>$ 0, e valore “x1” $>$ 0, allora, valore xx1 = e1 + x1 (p.v. escl. accertati + il loro incremento teorico)

“Formula yy1” (calcolo del contingente massimo dei punti vendita NON esclusivi):

se “andamento vendite 2001/2002” \leq 0, e contestualmente: valore (f1+g1+xx1)= 0 e valore “c1” \geq 2500, allora, valore yy1 = 1;

tuttavia, se il valore (f1+g1+xx1) $>$ 0 allora valore yy1 = (f1+g1).

(cioè, qualora l’andamento vendite sia negativo, se la zona restasse priva di qualsiasi pv (esclusivo e non), ma la popolazione supera i 2500 abitanti, allora alla zona viene assegnato comunque un contingente massimo di pv non esclusivi pari a 1 (al fine di assicurare il servizio alla zona). Quando invece la zona è servita (anche di un solo pv, esclusivo o non), allora alla zona viene assegnato un contingente massimo di pv non esclusivi pari al numero dei pv non esclusivi accertati, indipendentemente dalla popolazione).

se “andamento vendite 2001/2002” $>$ 0, nel caso di valore “x1” $<$ 0, allora valore “yy1” = (f1+g1);

quando invece valore “x1” \geq 0, e contestualmente: valore (f1+g1+xx1) = 0 e valore “c1” \geq 2500, allora, valore yy1 = 1;

tuttavia, se il valore (f1+g1+xx1) $>$ 0 e il valore “c1” $<$ 2500, allora valore yy1 = (f1+g1);

se invece il valore (f1+g1+xx1) $>$ 0, ma anche il valore “c1” \geq 2500, allora valore yy1 = (f1+g1+y1).

CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI DI VENDITA DI QUOTIDIANI E PERIODICI CRITERI DI RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

Art. 1 – Ambito di applicazione

Le presenti norme e direttive unitamente alla precedente relazione tecnica, costituiscono i criteri per il rilascio delle autorizzazioni dei punti di vendita di quotidiani e periodici ai sensi del disposto dell'art. 6 della legge 170/2001.

L'esercizio dell'attività di rivendita di quotidiani e periodici è disciplinato, oltre che dalle disposizioni di legge e dai presenti criteri, anche dai regolamenti comunali vigenti e dalle disposizioni regionali.

Art. 2 – Autorizzazione amministrativa

L'attività di vendita di quotidiani e periodici esercitata sia all'interno di immobili che in chioschi collocati su suolo pubblico o privato, è soggetta ad autorizzazione amministrativa di cui all'art. 2 del D.Lgs. 170/2001 nei casi di nuova apertura e trasferimento in zone diverse.

I richiedenti devono essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5, comma 2, del D. Lgs 114/98.

Art. 3 – Concessione di occupazione suolo pubblico per chioschi

Nel rilascio della concessione di occupazione suolo pubblico da destinarsi ai punti di vendita su chiosco, si devono garantire, secondo la possibilità dell'ambiente prescelto, l'ubicazione e la metratura più idonee, compatibilmente con gli altri interessi di uso pubblico del suolo, nel rispetto delle norme vigenti.

Nei chioschi ubicati su suolo pubblico, è consentita anche la vendita di prodotti del settore non alimentare, nel rispetto della normativa sul commercio di cui al D. Lgs. 31.03.1998 n. 114

Art. 4 – Criteri per l'esame delle richieste di autorizzazione

Le domande devono essere esaminate secondo l'ordine cronologico di presentazione al Comune.

Le domande regolarizzate successivamente vengono esaminate secondo l'ordine cronologico di regolarizzazione delle stesse.

La conclusione del procedimento per il rilascio delle autorizzazioni dovrà avvenire entro il termine di giorni 30.

Art. 5 – Distanze di rispetto tra punti vendita

Al fine di evitare concentrazioni di punti vendita in determinate aree del territorio, l'apertura di nuovi punti vendita, sia esclusivi che non esclusivi, e il trasferimento di quelli esistenti devono garantire il rispetto di una distanza minima di ml. 300 dai punti vendita esistenti, sia esclusivi che non esclusivi.

La distanza è calcolata verificando il percorso pedonale più breve intercorrente tra i punti di accesso al pubblico delle strutture di vendita in questione.

Art. 6 – Trasferimento all'interno della stessa zona del Piano

Il trasferimento di sede di un punto di vendita all'interno della stessa zona del Piano è soggetto a preventiva comunicazione al Comune e potrà essere effettuato decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.

Il trasferimento deve essere compiuto nel rispetto delle disposizioni delle presenti norme.

Art. 7 – Trasferimento in altra zona di Piano

Il trasferimento di sede di un punto di vendita in altra zona del Piano è soggetto alla preventiva autorizzazione amministrativa.

Il trasferimento deve essere effettuato nel rispetto dei contingenti di zona.

Per gli esercizi esistenti al momento dell'approvazione del piano, è sempre consentito il trasferimento in zone prive di rivendita (esclusive e non), senza possibilità di integrare con nuove autorizzazioni il contingente dalla zona di provenienza dell'esercizio trasferito, mantenendo pertanto il numero massimo di rivendite del Comune.

Art. 8 – Ampliamento del punto di vendita

L'ampliamento della superficie di vendita è soggetto a preventiva comunicazione al Comune e potrà essere effettuato decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.

Art. 9 – Distributori automatici

Le rivendite di quotidiani e periodici a mezzo distributori automatici non sono soggette ad autonoma autorizzazione amministrativa se collocate all'interno del punto vendita o nelle sue immediate adiacenze, purché gestite dal titolare della rivendita stessa.

Art. 10 – Autorizzazioni in deroga

In deroga al numero massimo di autorizzazioni previste dal piano, ai sensi dell'art. 13, comma 9, della DGR 1409/2003, la Giunta comunale, previa consultazione delle organizzazioni indicate allo stesso articolo 13, comma 8 lettera c), può prevedere il rilascio di una sola nuova autorizzazione per un punto vendita esclusivo in relazione a rilevanti fenomeni di nuova urbanizzazione interessanti aree del territorio comunale sprovviste di punti vendita.

L'esercizio attivato in deroga non può essere trasferito al di fuori dell'area di primo insediamento.

Art. 11 – Domande concorrenti

Si considerano domande concorrenti le istanze pervenute al Comune nel medesimo giorno.

In caso di domande concorrenti al fine di rilascio di nuove autorizzazioni, le stesse sono valutate in base ai seguenti criteri di priorità:

- nel caso di concorrenza fra domande di trasferimento di punti vendita esistenti e domande di apertura di nuovi punti vendita è data priorità all'istanza di trasferimento;
- nel caso di concorrenza fra domande di nuova apertura in negozi fissi verrà data priorità alla domanda relativa al negozio che dispone della maggior superficie di vendita;
- nel caso di concorrenza fra domande di nuova apertura, una da esercitarsi a mezzo chiosco, l'altra da esercitarsi in edificio, è data priorità alla domanda che prevede l'esercizio dell'attività nel chiosco;
- nel caso di concorrenza fra domande di nuova apertura a mezzo chioschi in area pubblica, verrà data priorità alla migliore soluzione urbanistica in termini di localizzazione, accessibilità, aree di sosta e vicinanza a servizi commerciali, strutture pubbliche, istituti scolastici e culturali.

Art. 12 – Norma finale

Per quanto non disciplinato dai presenti criteri, si applicano le norme previste dal D. Lgs. 114/98 per quanto applicabili e i criteri di cui alla D.G.R. n. 1409 del 16.05.2003.

LE RIVENDITE ESISTENTI

Il territorio del Comune è stato suddiviso, al fine delle valutazioni, in unica zona comunale comprendente l'intero territorio comunale, in cui attualmente esistono solo tre punti vendita esclusivi e sono assenti punti di vendita non esclusivi.

in base alla proposta di piano formulato risulta che:

- i punti esclusivi in tutto il territorio sono tre e il piano prevede la possibilità di incrementare di una unità i punti vendita esclusivi.
- esiste la possibilità di incremento di due unità di punti vendita non esclusivi in tutto il territorio comunale in quanto attualmente ne è sprovvisto.

L'Amministrazione Comunale può consentire, sulla base delle indicazioni contenute nella D.G.R. 1409 del 16/05/03, il rilascio di nuove autorizzazioni per punti vendita non esclusivi.

ESTRATTO DELLE DISPOSIZIONI IN MATERIA

Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170

"Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108"

pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 110 del 14 maggio 2001

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

E m a n a

il seguente decreto legislativo:

Art. 1.

Ambito di applicazione e definizioni

1. Il presente decreto detta principi per la disciplina, da parte delle regioni, delle modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica.
2. Ai fini del presente decreto, si intende per:
 - a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
 - b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dal presente decreto, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici.

Art. 2.

Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica

1. Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio nazionale, in punti vendita esclusivi e non esclusivi.
2. L'attività di cui al comma 1 è soggetta al rilascio di autorizzazione da parte dei comuni, anche a carattere stagionale, con le eccezioni di cui all'articolo 3. Per i punti di vendita esclusivi l'autorizzazione è rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'articolo 6.
3. Possono essere autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo:
 - a) le rivendite di generi di monopolio;
 - b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500;
 - c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
 - d) le strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700;
 - e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120;
 - f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.
4. Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108, l'autorizzazione di cui al comma 2 è rilasciata di diritto.
5. I soggetti di cui al comma 3, che non hanno effettuato la sperimentazione, sono autorizzati all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo successivamente alla presentazione al comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7) della legge 13 aprile 1999, n. 108.
6. Il rilascio dell'autorizzazione, anche a carattere stagionale, per i punti di vendita esclusivi e per quelli non esclusivi deve avvenire in ragione della densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

Art. 3.

Esenzione dall'autorizzazione

1. Non è necessaria alcuna autorizzazione:
 - a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
 - b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
 - c) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
 - d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
 - e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
 - f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
 - g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Art. 4.

Parità di trattamento

1. Nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi assicurano parità di trattamento alle diverse testate.
2. I punti vendita non esclusivi assicurano parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelta per la vendita.

Art. 5.

Modalita' di vendita

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica e' effettuata nel rispetto delle seguenti modalita':
 - a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non puo' subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita;
 - b) le condizioni economiche e le modalita' commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita;
 - c) i punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
 - d) e' comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.

Art. 6.

Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita

1. Le regioni emanano gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, attenendosi ai seguenti criteri:
 - a) consultazione delle associazioni piu' rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonche' delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori;
 - b) valutazione della densita' di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, dell'entita' delle vendite, rispettivamente, di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane, nonche' dell'esistenza di altri punti di vendita non esclusivi.
2. I comuni sono tenuti ad adottare i piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita entro un anno dall'entrata in vigore del presente decreto legislativo. Gli stessi comuni sono tenuti alla riformulazione di detti piani a seguito dell'emanazione, da parte delle regioni, degli indirizzi di cui al comma 1.
3. In assenza del piano, di cui al comma 1, qualora nel territorio del comune o di una frazione di comune non esistano punti di vendita, l'autorizzazione alla vendita puo' essere rilasciata anche ad esercizi diversi da quelli menzionati nel presente decreto.

Art. 7.

Stampa estera

1. Il presente decreto legislativo si applica anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

Art. 8.

Monitoraggio del mercato editoriale

1. La Presidenza del Consiglio dei Ministri, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato, assicura il monitoraggio della rete di vendita dei giornali quotidiani e periodici per l'espansione del mercato editoriale. A tale fine, con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, e' individuata la struttura preposta a detto monitoraggio, con la partecipazione dei soggetti del comparto distributivo editoriale e delle regioni di volta in volta interessate.

Art. 9.

Norme finali

1. Per quanto non previsto dal presente decreto si applica il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.
2. Sono abrogati l'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e l'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

Regione del Veneto

n. 1409 del 16 maggio 2003

SISTEMA DI VENDITA DEI QUOTIDIANI E PERIODICI. CRITERI PER L'APPLICAZIONE DEL DECRETO LEGISLATIVO 24 APRILE 2001, N. 170 RECANTE NORME IN MATERIA DI RIORDINO DEL SISTEMA DI DIFFUSIONE DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA.

SOMMARIO

TITOLO I Finalità

Art.1 Oggetto del provvedimento.

Art.2 Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica.

TITOLO II Regime giuridico delle autorizzazioni.

Art.3 Rilascio delle autorizzazioni all'apertura di un punto vendita.

Art.4 Natura giuridica dell'attività di vendita dei giornali nei punti vendita non esclusivi.

Art.5 Casi di esenzione dall'autorizzazione.

Art.6 Speciali autorizzazioni alla vendita.

Art.7 Cessazione dell'attività, trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte nei punti vendita esclusivi.

Art.8 Trasferimento di sede.

Art.9 Disposizioni generali.

Art.10 Orari di vendita.

Art.11 Parità di trattamento e modalità di vendita.

Art.12 Sanzioni.

TITOLO III Programmazione dei punti vendita

Art.13 Criteri per l'adozione dei piani di localizzazione.

Art.14 Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per i punti vendita non esclusivi.

Art.15 Durata temporale del piano di localizzazione.

Art.16 Validità dei piani di localizzazione adottati.

Art.17 Termine entro il quale devono essere adottati i piani di localizzazione.

Art.18 Assenza del piano di localizzazione.

Titolo I - Finalità

Art. 1 – Oggetto del provvedimento.

1. In attesa dell'emanazione della nuova normativa regionale che, in attuazione del Titolo V° della Costituzione, andrà a ridisciplinare l'intera materia della vendita della stampa quotidiana e periodica, con il presente provvedimento la Regione detta i criteri per l'attuazione del decreto legislativo 24 aprile 2001 (d'ora in poi chiamato decreto legislativo) recante norme in materia di "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'art. 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108", al fine di garantirne, nell'attuale fase transitoria, una omogenea applicazione sul territorio regionale.

Art. 2 – Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica si articola su tutto il territorio regionale in punti vendita esclusivi e punti vendita non esclusivi.

2. In base al citato decreto legislativo s'intendono per:

a) **punti vendita esclusivi** gli esercizi che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici. Rientrano nella definizione anche gli esercizi che nella precedente disciplina erano denominati *promiscui*, essendo caratterizzati alla vendita di quotidiani e periodici congiuntamente ad altre merci nonché gli esercizi che, attivati in vigore della legge 5 agosto 1981, n. 416, abbiano esteso la loro attività al settore merceologico non alimentare grazie alla facoltà concessa dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114;

b) **punti vendita non esclusivi** gli esercizi individuati dall'articolo 2, comma 3, lettere dalla a) alla f) del decreto legislativo che, in aggiunta ad altre merci, ***sono autorizzati alla vendita dei soli quotidiani, oppure dei soli periodici.***

Sono considerati, altresì, punti vendita non esclusivi ***gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione, ai sensi dell'articolo 1 della legge 108/99, mediante la vendita o di soli quotidiani o di soli periodici ovvero di quotidiani e periodici*** ed ai quali, su loro richiesta, è stata rilasciata di diritto l'autorizzazione ai sensi dell'art. 2, comma 4, del decreto legislativo.

Titolo II - Regime giuridico delle autorizzazioni

Art. 3 – Rilascio delle autorizzazioni all'apertura di un punto vendita.

1. L'attività di vendita della stampa, esclusiva e non esclusiva, anche a carattere stagionale, è soggetta ad autorizzazione del comune territorialmente competente, rilasciata a persone fisiche o a società regolarmente costituite secondo le norme vigenti.

2. E' condizione per il rilascio dell'autorizzazione il possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2, del d.lgs. 114/98.

3. Per i punti vendita esclusivi l'autorizzazione è rilasciata nel rispetto dei piani di localizzazione di cui all'articolo 6 del decreto legislativo.

4. Per i punti vendita non esclusivi l'autorizzazione è rilasciata:

a) previa valutazione da parte del comune della densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi, ai sensi dell'articolo 2, comma 6, del decreto legislativo;

b) successivamente alla presentazione al comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera d-bis, numeri 4), 5), 6) e 7) della legge 13 aprile 1999, n. 108.

5. L'autorizzazione all'esercizio di un punto vendita non esclusivo abilita alla vendita di soli quotidiani o di soli periodici, non di entrambe le tipologie di prodotto.

6. I punti vendita esclusivi possono ampliare la gamma merceologica di vendita estendendola al settore non alimentare o/e alimentare, salva la presenza dei necessari requisiti commerciali, urbanistici ed igienico – sanitari previsti dalla normativa vigente in materia. La vendita di pastigliaggi è da considerarsi inclusa nel settore non alimentare.

7. Per i chioschi ubicati su area pubblica, il comune definisce nel piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi e nei relativi atti di concessione le tipologie merceologiche di cui è possibile la vendita.

8. Per i soggetti che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della legge 108/99 e che ancora non hanno richiesto l'autorizzazione viene fissato, a pena di decadenza, il termine perentorio di 30 giorni, dalla pubblicazione sul BUR del presente provvedimento, per richiedere la predetta autorizzazione.

L'autorizzazione è valida esclusivamente :

a) **se l'esercizio ha effettivamente partecipato alla sperimentazione ponendo in vendita i prodotti editoriali;**

c) **se è stata rilasciata per le tipologie editoriali effettivamente vendute.**

Art.4 – Natura giuridica dell'attività di vendita dei giornali nei punti vendita non esclusivi

1. Un punto vendita non esclusivo può essere attivato solo presso gli esercizi che svolgono le attività espressamente elencate all'articolo 2, comma 3, del decreto legislativo.
2. La vendita della stampa nei punti vendita non esclusivi è legata all'attività primaria di vendita esercitata e non può essere fisicamente disgiunta dall'attività di vendita principale. Non è pertanto consentito il trasferimento di sede, la cessione o l'affidamento in gestione della sola attività di vendita della stampa.

Art. 5 - Casi di esenzione dall'autorizzazione.

1. Nei casi indicati dall'articolo 3, comma 1, lettere dalla a) alla g) del decreto legislativo non è necessaria alcuna autorizzazione. In particolare, nella fattispecie di cui alla lettera g), la vendita di quotidiani e periodici è consentita in tutte le strutture pubbliche o private nelle quali l'accesso non è possibile a chiunque indistintamente, ma è, con qualunque modalità, riservato, limitato o regolamentato, ossia consentito esclusivamente a cerchie determinate di soggetti. Non rientrano nel caso in parola i centri commerciali, mentre sono comprese tutte le strutture nelle quali l'accesso è soggetto a forme di controllo.

Art.6 – Speciali autorizzazioni alla vendita.

1. In caso di assenza del piano di localizzazione di cui all'art. 6, comma 1, del decreto legislativo, qualora nel territorio del comune, o di una frazione di esso, non esistano punti vendita, l'autorizzazione può essere rilasciata anche ad esercizi non rientranti nelle tipologie di cui all'articolo 2, comma 3, del decreto legislativo. In presenza di tale fattispecie, l'autorizzazione è rilasciata in modo da garantire la vendita sul territorio comunale sia di quotidiani che di periodici.

Art. 7 – Cessazione dell'attività, trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte nei punti vendita esclusivi

1. Nei punti vendita esclusivi il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi nonché la cessazione dell'attività sono soggetti a comunicazione al comune territorialmente competente ai sensi del d.lgs.114/98.
2. Il trasferimento della gestione o della proprietà mortis causa è comunicato al comune territorialmente competente entro i sei mesi successivi all'apertura della successione.

Art.8 – Trasferimento di sede

1. Il trasferimento di sede dell'azienda avente ad oggetto una rivendita esclusiva è soggetto ad apposita autorizzazione da parte del comune che ne valuta la compatibilità rispetto al piano di localizzazione.
2. Il trasferimento di sede dell'azienda avente ad oggetto una rivendita non esclusiva è soggetto a comunicazione o ad autorizzazione a seconda della natura dell'esercizio connesso, salvo sempre quanto indicato al comma 2 dell'art. 4.

Art. 9 – Disposizioni generali

1. In virtù dell'art.26, comma 6, del d.lgs.114/98 il quale, fra l'altro, ha soppresso la voce n.50 della tabella c) allegata al D.P.R. n.300/92, come modificata ed integrata dal D.P.R. n.407/94, non è più applicabile al rilascio dell'autorizzazione per l'esercizio dell'attività di vendita di quotidiani e periodici l'istituto del silenzio – assenso di cui all'art.20 della legge 7 agosto 1990, n. 241.
2. Il comune stabilisce i termini per la conclusione del procedimento per il rilascio delle autorizzazioni. In assenza di alcuna determinazione si applicano i termini previsti dalla l. 241/90.

Art.10 – Orari di vendita

1. Ai punti vendita esclusivi che non hanno esteso la vendita ad altre tipologie merceologiche del settore non alimentare e/o alimentare e ai punti vendita non esclusivi di cui all'articolo 2, comma 3, lettera e) del decreto si applicano le disposizioni di cui all'art. 13, comma 1, del d.lgs.114/98.
2. Ai punti vendita esclusivi che hanno esteso la vendita ad altre tipologie merceologiche e ai punti vendita non esclusivi si applica il regime di orario previsto per l'attività connessa economicamente prevalente.
3. Per i punti vendita esclusivi e/o non esclusivi collocati all'interno dei centri commerciali si applica l'orario di apertura previsto per il centro commerciale nel suo complesso, così come disposto dall'art. 9, comma 3, della legge regionale 9 agosto 1999, n. 37.
4. Il Sindaco, nel rispetto delle vigenti normative nazionali e regionali in materia di orari dei pubblici esercizi e delle attività commerciali, può, sentite le associazioni degli editori e dei distributori, nonché le organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello provinciale dei rivenditori e dei consumatori, determinare l'orario minimo di vendita dei punti vendita esclusivi e non esclusivi nell'ambito delle competenze di cui all'articolo 50 del d.lgs. 18 agosto 2000, n. 267 con la finalità di garantire comunque un servizio ai consumatori.

Art. 11 – Parità di trattamento e modalità di vendita

1. Sia i punti vendita esclusivi che i punti vendita non esclusivi assicurano parità di trattamento tra le diverse testate poste in vendita.
2. Il prezzo dei prodotti non può subire variazioni in relazione alla tipologia di punto vendita. Anche le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita.
3. E' fatto obbligo ai rivenditori di prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita.
4. E' vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico, indipendentemente dal contenuto, osceno o meno, della copertina.
5. Le condizioni e le modalità ora elencate si applicano anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

Art. 12 - Sanzioni

1. In caso di violazione delle disposizioni contenute nel decreto legislativo si applicano le norme di cui all'articolo 22 del d.lgs.114/98 in quanto compatibili.

Titolo III – Programmazione dei punti vendita

Art. 13 Criteri per l'adozione dei piani di localizzazione

1. I comuni adottano i piani di localizzazione di cui all'articolo 6 del decreto legislativo al fine di:
 - a) favorire la diffusione dell'informazione a mezzo stampa;
 - b) permettere un razionale insediamento dei punti di vendita esclusivi su tutto il territoriocomunale;
 - c) assicurare il giusto temperamento tra il pubblico interesse alla massima diffusione dei punti vendita di quotidiani e periodici e il privato interesse delle rivende già esistenti di evitare una eccessiva concorrenza nel settore con conseguente riduzione del singolo volume di vendita.
2. Prima dell'adozione del piano di localizzazione i comuni provvedono a:
 - a) suddividere il territorio comunale in zone secondo criteri di omogeneità;
 - b) determinare per ciascuna zona del territorio comunale:

- 1) la dislocazione dei punti vendita esclusivi e non esclusivi attualmente esistenti;
 - 2) la densità di popolazione;
 - 3) il numero di famiglie;
 - 4) le caratteristiche urbanistiche e sociali;
 - 5) l'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni;
 - 6) le condizioni di accesso con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane;
 - 7) i flussi di popolazione non residente, comprese le correnti turistiche, permanenti e stagionali;
 - 8) le strutture scolastiche e universitarie, i centri culturali e d'informazione, gli uffici pubblici e privati, le strutture industriali, produttive, commerciali e ricettive, gli ospedali, le stazioni ferroviarie, le autostazioni e gli aeroporti;
- c) garantire l'idonea partecipazione al procedimento amministrativo di adozione del piano di localizzazione delle associazioni degli editori e dei distributori, nonché delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello provinciale dei rivenditori e dei consumatori.

3. Il piano di localizzazione comunale dei punti vendita esclusivi determina, per ciascuna zona individuata, il numero massimo degli esercizi di vendita. A questo scopo il comune effettua le opportune valutazioni circa le caratteristiche demografiche, sociali ed economiche di ciascuna zona, così come descritto al punto **b)** del comma 2.

4. Il piano di localizzazione può anche stabilire la distanza minima che deve intercorrere tra due diversi punti vendita al fine di assicurare un'equilibrata diffusione dei prodotti editoriali.

5. Al fine della predisposizione dei Piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, i comuni tengono conto altresì:

a) del rapporto tra la popolazione residente e punti vendita esclusivi; sono considerati nel rapporto anche i punti vendita non esclusivi equiparando cinque punti vendita non esclusivi ad un punto vendita esclusivo e un punto vendita non esclusivi ad un punto vendita esclusivo quando lo stesso è inserito in una media o grande struttura di vendita, con arrotondamento all'unità inferiore;

b) del rapporto tra il numero delle famiglie e il numero dei punti vendita esclusivi; sono considerati nel rapporto anche i punti vendita non esclusivi equiparando cinque punti vendita non esclusivi ad un punto vendita esclusivo e un punto vendita non esclusivo ad un punto vendita esclusivo quando lo stesso è inserito in una media o grande struttura di vendita, con arrotondamento all'unità inferiore;

c) del numero dei quotidiani venduti nel biennio antecedente all'approvazione del piano;

d) del numero dei periodici venduti nel biennio antecedente l'approvazione del piano.

6. Nella determinazione dei rapporti di cui alle lettere a) e b) i punti vendita autorizzati di diritto in seguito alla sperimentazione, effettuata ai sensi dell'art. 1 della l.108/99, sono considerati a tutti gli effetti come punti vendita non esclusivi anche se hanno ottenuto l'autorizzazione alla vendita di entrambi le tipologie di prodotti editoriali.

7. Rispetto alla situazione accertata, i piani comunali possono prevedere un incremento dei punti vendita esclusivi, qualora in base all'applicazione dei parametri di seguito indicati venga raggiunto un punteggio minimo pari a 1,50 punti. In presenza di tale fattispecie, l'incremento dei punti vendita esclusivi dovrà conformarsi al rapporto di un nuovo punto vendita esclusivo ogni 2.500 residenti.

a)

- da 0 a 1.000 residenti per punto vendita punti 0,25
- da 1.001 a 2.000 residenti per punto vendita punti 0,50
- da 2.001 a 3.000 residenti per punto vendita punti 0,75
- oltre 3.000 residenti per punto vendita punti 1

b)

- da 0 a 700 numero famiglie per punto vendita punti 0,25
- da 701 a 800 numero famiglie per punto vendita punti 0,50
- da 801 a 900 numero famiglie per punto vendita punti 0,75
- oltre 900 numero famiglie per punto vendita punti 1

8. Per i comuni a prevalente economia turistica e le città d'arte, individuati ai sensi della legge regionale 28 dicembre 1999, n. 62, è consentito l'incremento di cui al comma 7 se in base ai parametri ivi indicati è raggiunto un punteggio minimo complessivo pari ad 1 punto.

9. In ogni caso, rispetto alla situazione accertata, i comuni possono prevedere un incremento di una ulteriore unità in relazione a rilevanti fenomeni di nuova urbanizzazione interessanti il territorio comunale sprovvisto di punti vendita.

10. Nei comuni capoluogo di provincia e nei comuni con popolazione superiore ai 20.000 abitanti gli indicatori di cui al precedente comma si applicano per aree urbane differenziate con eventuale riferimento alla suddivisione amministrativa per circoscrizioni o quartieri o frazioni. I trasferimenti di punti vendita esclusivi nell'ambito del comune o delle aree differenziate di cui sopra hanno priorità rispetto all'autorizzazione di nuovi punti vendita.

11. I Piani di localizzazione individuano i punti vendita esclusivi per i quali si prevede, in relazione alle caratteristiche delle zone e all'entità dei flussi turistici, permanenti e stagionali, il rilascio di autorizzazioni stagionali. A tali punti di vendita non si applicano le disposizioni di cui al precedente comma 7.

12. Al fine di rendere più efficiente il servizio ai consumatori nei comuni montani e nei comuni con popolazione inferiore ai 3.000 abitanti che sono **sprovvisi di punti vendita**, sia esclusivi che non esclusivi, non si applicano le disposizioni di cui al precedente comma 7.

13. Sino all'adozione della nuova programmazione regionale in materia di rete distributiva carburanti continuano ad avere efficacia le disposizioni di cui all'articolo 23 "Direttive per le attività commerciali all'interno degli impianti stradali" dell'Allegato alla deliberazione consiliare 18 febbraio 1998, n. 3. I punti vendita autorizzati in base a tale disposizione possono vendere quotidiani o periodici o entrambe le tipologie di prodotto.

14. I comuni stabiliscono i criteri per il rilascio delle autorizzazioni nel caso di domande concorrenti privilegiando, in particolare, la soluzione migliore dal punto di vista della localizzazione, dell'accessibilità e delle aree di sosta.

Art. 14 Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per punti vendita non esclusivi

1. L'autorizzazione per i punti vendita non esclusivi è rilasciata solo previa valutazione dei parametri di cui all'articolo 3, comma 4, lettera a).

2. Al fine di garantire uniformità ed equità di trattamento nonché trasparenza nell'azione amministrativa, il comune adotta un provvedimento di carattere generale contenente i criteri, conformi ai parametri di cui al comma 1, cui fare riferimento per il rilascio di nuove autorizzazioni. Nel rilascio di nuove autorizzazioni per punto vendita non esclusivo il comune tiene presente la funzione di completamento del servizio resa da questa tipologia di rivendite.

3. Nell'adozione dei criteri di cui al comma 2, i comuni possono applicare le disposizioni di cui all'articolo 13.

4. I criteri per il rilascio di autorizzazioni per punti vendita non esclusivi possono costituire appendice dei piani di localizzazione.

5. La domanda per punto vendita non esclusivo non può essere dichiarata improcedibile per mancanza dei criteri di cui al comma 2. Il comune deve comunque procedere al rilascio o al diniego dell'autorizzazione sulla base dei parametri di cui al comma 1. Il procedimento si conclude nei termini previsti dalle norme procedurali di ciascun comune o, in mancanza, nei termini di cui alla legge 241/90.

Art. 15 Durata temporale del piano di localizzazione

1. In sede di adozione del piano di localizzazione ogni comune determina la durata temporale dello stesso. La durata non può essere inferiore a 4 anni.

Art. 16 Validità dei piani di localizzazione adottati

1. I comuni provvedono alla riformulazione dei piani di localizzazione adottati, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del decreto legislativo, in assenza dei criteri regionali.

La revisione di cui sopra deve intervenire entro 180 giorni dalla pubblicazione del presente provvedimento nel BUR.

Art. 17 Termine entro il quale devono essere adottati i piani di localizzazione

1. I piani di localizzazione sono adottati entro 180 giorni dalla pubblicazione del presente provvedimento nel BUR.

Art. 18 Assenza del piano di localizzazione

1. In assenza del piano di localizzazione, ovvero della sua mancata riformulazione ai sensi dell'articolo 16, non possono essere rilasciate nuove autorizzazioni per punti vendita esclusivi, salvo che nei casi previsti dall'articolo 6.