



COMUNE DI CASTELGOMBERTO

STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

**PIANO DI LOCALIZZAZIONE
DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI**

**CRITERI PER L'AUTORIZZAZIONE
DEI PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI**

(D.Lgs. 24 aprile 2001 n. 170 - D.G.R. 1409 del 16 maggio 2003)

Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 55 del 30/11/2006

STUDIO PRELIMINARE

L'art. 13 della D.G.R. n. 1409/2003 stabilisce che, prima del piano di localizzazione i comuni devono provvedere 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 di 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.

A) Suddivisione in zone.

Il territorio comunale viene suddiviso, come già previsto nel piano per il rilascio delle autorizzazioni commerciali per le medie strutture di vendita (l.r. n.15/2004), nelle seguenti due zone:

1. Capoluogo
2. Valle.

B.1. Dislocazione dei punti di vendita esclusivi e non esclusivi esistenti.

Nella zona n. 1-Capoluogo esistono attualmente 3 punti di vendita di cui:

- n. 1 esclusivo (edicola in piazza G.Marconi n.16)
- n. 2 non esclusivi (cartoleria in via Roma n.84; impianto distribuzione carburanti lungo l'ex S.S. 246).

Nella zona n. 2-Valle non sono presenti punti di vendita, sia esclusivi che non esclusivi.

B.5. L'entità delle vendite.

Negli ultimi 2 anni le vendite dei quotidiani e dei periodici risultano, secondo i dati forniti dalle società di distribuzione "Distribuzione Giornali Vicenza srl" e "Palladio Distribuzione sas", i seguenti:

EDICOLA	QUOTID.2004	PERIOD.2004	QUOTID.2005	PERIOD.2005
Meneguzzo Ermo – Piazza Marconi 16	64.181	36.101	65.366	37.768
Cartoleria Rosy – Via Roma 84	28.933	16.275	31.944	17.997
TOTALE	93.114	52.376	97.310	55.765

Non si hanno dati disponibili relativi al punto di vendita non esclusivo all'interno dell'impianto di distribuzione carburanti lungo l'ex S.S. 246, in quanto è stato attivato nel febbraio 2006.

B.2-3. Densità di popolazione e numero famiglie.

Alla data del 31.05.2006 nel comune di Castelgomberto, avente una superficie di 17,28 Km², la popolazione è pari a 5.990 abitanti con 2.247 famiglie.

La densità della popolazione è, quindi, di 346,64 abitanti per Km², più elevata rispetto a quella provinciale (291,7) e a quella regionale (246,2).

La ripartizione di tali dati nelle due zone è la seguente:

zona 1-Capoluogo

abitanti: n. 5009

famiglie: n. 1884

superficie territoriale: 11,52 Km²

densità: 434,81 ab./Km²

zona 2-Valle

abitanti: n. 981

famiglie: n. 363

superficie territoriale: 5,76 Km²

densità: 170,31 ab./Km²

B.4-6-7 Caratteristiche urbanistiche e sociali – Condizioni d'accesso – Flussi popolazione non residente

Analizzando i dati sulla popolazione, si rileva come negli ultimi 10 anni essa sia stata caratterizzata da un costante trend positivo, pari ad una media annua di 1,6% , incremento dovuto per il 27% al saldo naturale (nati-morti) e per il 73% a quello migratorio (immigrati-emigrati).

Emerge, inoltre, rispetto al sempre più diffuso e marcato fenomeno di invecchiamento, una struttura generazionale ancora equilibrata (indice di vecchiaia pari a 83,41, inferiore a quello provinciale 113,33 e molto più basso rispetto a quello regionale 135,68 e nazionale 127,10).

Le caratteristiche della popolazione possono essere sintetizzate dai seguenti indicatori rilevati in occasione del censimento generale del 2001:

- tasso di incidenza scuola superiore¹ : 22,7%;
- tasso di incidenza università² : 4%;
- tasso di attività³: 59,4%;
- tasso di disoccupazione⁴: 2,3%
- tasso di disoccupazione giovanile⁵: 4,3%

A Castelvetro, non essendo comune a vocazione turistica e disponendo solo di una struttura ricettiva (un affittacamere a Valle), non si riscontrano particolari flussi di popolazione non residente.

La presenza di numerose ed anche rinomate attività di ristorazione svolgono, però, una interessante funzione attrattiva di clienti provenienti non solo dagli altri comuni limitrofi, ma anche dal resto della provincia e della regione.

“Caratteristica peculiare del territorio è quella di estendersi fra tra le due vallate parallele – Valle dell’Agnò e Valle dell’Onte – separate da una spina montuosa ma poste in comunicazione in corrispondenza del varco naturale (bocchetta) sul quale è sorto il nucleo originario di Castelvetro.

Ragioni morfologiche – esiste una differenza di quota di circa 80 m tra le due valli – ma soprattutto economico e di tipo insediativi, collocano Castelvetro a pieno titolo nel sistema della Valle dell’Agnò con il “vantaggio” di costruire punto di raccordo tra la SS 246 di Recoaro, la provinciale Priabonese e la provinciale di Peschiera dei Muzzi.” (pagg. 3-4 del PIANO DI MARKETING URBANO DI CASTELVETRO – ottobre 2004).

¹ cittadini con diploma superiore/popolazione di 19 anni e più

² cittadini con diploma di laurea/popolazione di 23 anni e più

³ cittadini di 15 anni e più, occupati o in cerca di prima occupazione/popolazione di 15 anni e più

⁴ cittadini di 15 anni e più, in cerca di prima occupazione o disoccupati in cerca di nuova occupazione/
popolazione di 15 giovani anni e più occupati o in cerca di prima occupazione

⁵ giovani di 15-24 anni in cerca di prima occupazione o disoccupati in cerca di nuova occupazione/giovani 15-24 anni occupati o in cerca di occupazione)

La suddivisione dell'ambito comunale, indicata nel vigente PRG, in zone territoriali omogenee del territorio, riflette ampiamente la vocazione socio economica del Comune di Castelgomberto, suddivisa fra la destinazione agricola, soprattutto nella zona n.2-Valle, e la destinazione industriale, concentrata nella zona n.1-Capoluogo, oltre – naturalmente alle necessità residenziali.

Recentemente sono state avviate nuove zone produttive, a ridosso di quelle già esistenti nel capoluogo, e nuove zone residenziali sono state realizzate nel capoluogo e sono in corso di realizzazione in Valle.

B.8. Istituti scolastici, uffici privati e pubblici, strutture economiche.

Nel comune sono presenti i seguenti istituti scolastici: la scuola materna Don G.Busato, comprendente l'asilo nido integrato, e l'Istituto comprensivo che raggruppa 3 plessi delle scuole elementari (due nel capoluogo e una a Valle) e la scuola media statale "E.Fermi" che accoglie anche gli studenti provenienti dal comune limitrofo di Brogliano.

La struttura economica di Castelgomberto è caratterizzata da una sempre maggiore diffusione di imprese, soprattutto appartenenti al settore secondario.

Sulla base dei dati del censimento generale dell'industria e dei servizi 2001, le unità locali erano pari a 453 e gli addetti 2.887 (rispettivamente +43,4% e + 56,1% nei confronti del censimento 1991).

Le attività che occupano il maggior numero di addetti sono la fabbricazione di altri prodotti metalli (17,2%) e la fabbricazione di articoli in materie plastiche (15,4%).

In questi ultimi anni si è sviluppato anche il settore terziario, in particolar modo le attività di intermediazione monetaria e finanziaria e quelle immobiliari.

CONCLUSIONI

Sulla base dei rapporti tra popolazione residente - famiglie e numero di punti vendita esclusivi e non esclusivi, sarebbe possibile, secondo i parametri indicati nella tabella di cui all'art. 13, comma 7, della D.G.R. n. 1409/2003, prevedere un incremento di un punto di vendita esclusivo nella zona 1-Capoluogo.

Tenendo, però, conto anche degli altri dati espressamente richiamati dal suddetto articolo ai fini della predisposizione del Piano, cioè l'entità di vendita dei quotidiani e periodici venduti negli ultimi due anni, si ritiene che non sia sostenibile in tale zona l'apertura di un nuovo punto di vendita esclusivo, "per evitare una eccessiva concorrenza nel settore con conseguente riduzione del singolo volume di vendita".⁶

Si ritiene, invece, opportuno, favorire la diffusione di quotidiani e periodici nella zona 2-Valle, prevedendo la localizzazione di un punto di vendita non esclusivo.

⁶ Art. 13, comma 1, lettera c), della DGR n. 1409/2003

Allegato sub a) alla deliberazione del C.C. n. _____ del _____

PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI

(Art. 6 D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170 – art. 13 D.G.R. 16 maggio 2003, n. 1409)

ART. 1 – OGGETTO E RIFERIMENTI NORMATIVI

Il presente Piano disciplina l'insediamento dei punti vendita ESCLUSIVI di quotidiani e periodici, nonché la determinazione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per i punti vendita NON ESCLUSIVI di quotidiani e/o periodici.

Norme di riferimento:

- Decreto Legislativo 24 aprile 2001 n° 170: "*Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'art. 3 della legge 13 aprile 1999 n° 108*";
- la Delibera di Giunta Regionale n. 1409 del 16/05/2003 "*Sistema di vendita dei quotidiani e dei 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*"

ART. 2 – DEFINIZIONI

Ai sensi dell'art. 1, comma 2° del D. Lgs. e dell'art. 2 della D.G.R., s'intende 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*", nei quali la vendita di quotidiani e periodici era effettuata congiuntamente ad altre merci;
- gli esercizi che, attivati ai sensi della Legge 5 agosto 1981 n. 416, hanno 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'art. 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, ed in specie:

- le rivendite di generi di monopolio;
- le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a mq 1.500;
- i bar, compresi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno delle stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
- le strutture di vendita come definite dall'art. 4, comma 1, lettere e), f) e g) del decreto Legislativo n. 114/1998, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq 700;
- gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di mq 120;
- gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

Sono considerati, altresì, punti vendita non esclusivi gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione, ai sensi dell'art. 1 della Legge 108/1999, 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.

ART. 3 – ESCLUSIONI

Sono escluse dalla presente programmazione, in quanto esenti dall'autorizzazione (art. 3 del D.Lgs 170/2001), le seguenti forme specifiche di diffusione di prodotti editoriali:

- a) vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati e associazioni di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- b) vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
- c) vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
- d) vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
- e) consegna porta a porta e vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- f) vendita in alberghi e pensioni, quando essa costituisce un servizio ai clienti;
- g) vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture. In questo caso 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. 4 - DEROGHE

Per quanto riguarda la vendita della stampa presso i distributori di carburanti, si applica il regime derogatorio introdotto dall'art. 23 della D.C.R. 18 febbraio 1998 n. 3 e riconfermato dall'art. 16 dell'allegato alla D.G.R. n. 1562 del 26/05/2004.

ART. 5 – FINALITA' E DURATA DEL PIANO

Il Piano si propone di:

- a) favorire la diffusione dell'informazione a mezzo stampa;
- b) permettere un razionale insediamento dei punti vendita ESCLUSIVI su tutto il territorio comunale;
- c) assicurare il giusto temperamento tra il pubblico interesse alla massima diffusione dei punti vendita di quotidiani e periodici e il privato interesse delle rivendite già esistenti di evitare una eccessiva concorrenza nel settore, con conseguente riduzione del singolo volume di vendita.

Il presente Piano ha validità di anni 4 (quattro) e rimane in vigore fino alla successiva revisione.

ART. 6 – SUDDIVISIONE DEL TERRITORIO COMUNALE IN ZONE

Il territorio comunale è suddiviso nelle seguenti zone:

- zona 1 – CAPOLUOGO
- zona 2 – VALLE

La delimitazione di tali zone è evidenziata nella tavola grafica che fa parte integrante del Piano.

ART. 7 – LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI

La localizzazione dei punti vendita ESCLUSIVI, determinata in base all'analisi contenuta nello studio preliminare, predisposto secondo le modalità previste dall'art. 13, comma 2, della D.G.R. n. 1409 del 16 maggio 2003. è la seguente:

Zona	N. punti vendita esistenti	N. punti vendita ottimali	Disponibilità alla data di adozione del Piano
1 - Capoluogo	1	1	0
2 - Valle	0	0	0
Totale	1	1	0

ART. 8 – AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA

Ai sensi dell'art. 2, comma 2°, del D.Lgs 170/2001, l'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica è soggetta al rilascio dell'autorizzazione nel rispetto, per i punti vendita ESCLUSIVI, del presente Piano di localizzazione e, per i punti vendita NON ESCLUSIVI, dei presenti Criteri di insediamento.

ART. 9 – DOMANDA DI RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE

L'attività di vendita della stampa, ESCLUSIVA e NON ESCLUSIVA, anche a carattere stagionale, è soggetta ad autorizzazione comunale, rilasciata a persone fisiche o a società regolarmente costituite.

La domanda per il rilascio dell'autorizzazione per l'apertura ed il trasferimento di sede di un punto vendita di giornali e riviste deve essere redatta su carta resa legale, in conformità alla legge sull'imposta di bollo, indirizzata al Responsabile dell'area competente e presentata mediante raccomandata o a mano al competente ufficio comunale.

L'interessato, se ditta individuale, o il legale rappresentante, se trattasi di società, deve dichiarare nella domanda:

- a) il possesso dei requisiti morali di cui all'art. 5 comma 2° del D. Lgs. n. 114/1998;
- b) l'ubicazione esatta dell'esercizio;
- c) l'eventuale affidamento della gestione a terzi, con i dati anagrafici di questi;
- d) certificato di agibilità dei locali o comunicazione degli estremi dello stesso;
- e) documentazione atta a comprovare la disponibilità dei locali.

Se trattasi di punto vendita NON ESCLUSIVO, l'interessato deve inoltre dichiarare:

- f) di essere titolare di una delle attività indicate dalle lettere da a) a f) del comma 3° dell'art. 2 del D. Lgs. n° 170/2001, con indicazione degli estremi della autorizzazione di cui si sia in possesso o della comunicazione/denuncia/dichiarazione fatta al Comune;
- g) la tipologia di prodotto prescelto (solo giornali o solo riviste).

ART. 10 – DOMANDE CONCORRENTI

In caso di domande concorrenti relativamente alla stessa zona si dovrà seguire il seguente criterio di priorità:

- casi di trasferimento;
- esercizio più distante dai punti vendita operanti nella zona;
- la disponibilità dei locali documentata con atto di proprietà o contratto di locazione;
- ordine cronologico.

Si considerano concorrenti, le domande presentate lo stesso mese di calendario.

ART. 11 - TRASFERIMENTO DELL'ATTIVITA'

Il trasferimento di sede dell'azienda all'interno della stessa zona del Piano è soggetta a preventiva dichiarazione da presentare all'ufficio comunale competente e potrà essere effettuato decorsi 30 (trenta) giorni a decorrere dalla data del

protocollo comunale di arrivo. Il trasferimento deve essere compiuto nel rispetto delle disposizioni del presente Piano, compreso il rispetto delle distanze minime.

Il trasferimento di sede dell'azienda in altra zona del Piano è soggetto alla preventiva autorizzazione amministrativa e dovranno essere rispettati i contingenti di zona e le distanze minime.

Nel caso di forza maggiore ed in specie nel caso di ristrutturazione del locale sede di vendita dei quotidiani e delle riviste, il Responsabile dell'Ufficio competente può consentire il trasferimento temporaneo dell'attività in altri locali della medesima zona o in altre zone, in deroga alle norme sulle distanze minime. Il trasferimento può essere autorizzato per un periodo di mesi sei con possibilità di proroga, per cause non imputabili al soggetto interessato, per ulteriori sei mesi.

Il trasferimento di sede dell'azienda avente ad oggetto una rivendita non esclusiva è soggetto a dichiarazione o ad autorizzazione a seconda della natura dell'esercizio connesso. 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. 12- SUBINGRESSO E CESSAZIONE

Nei punti vendita ESCLUSIVI il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi nonché la cessazione dell'attività sono soggetti a dichiarazione da presentare all'Ufficio comunale competente. Il trasferimento della gestione o della proprietà *mortis causa* è comunicato all'Ufficio competente entro i sei mesi successivi all'apertura della successione. Alla dichiarazione di subingresso deve essere allegata copia dell'atto notarile attestante il trasferimento effettivo dell'azienda.

Per quanto concerne i punti vendita NON ESCLUSIVI, non sono consentiti la cessione o l'affidamento in gestione della sola attività di vendita della stampa, essendo tale attività legata all'attività primaria esercitata.

ART. 13 - SOSPENSIONE TEMPORANEA DELL'ATTIVITA'

In caso di chiusura temporanea dei punti di vendita o di impedimento temporaneo del titolare, questi deve affidare a titolare di altra autorizzazione la vendita, anche porta a porta, di quotidiani e periodici e deve esporre sulla rivendita chiusa apposito cartello indicante le sedi più vicine di rivendita. Il termine massimo della sospensione dell'attività è fissato in anni uno.

ART. 14 – REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

L'autorizzazione è revocata nei seguenti casi:

1. qualora il punto vendita – sia ESCLUSIVO che NON ESCLUSIVO – non venga attivato entro un anno dalla data di comunicazione dell'avvenuto rilascio del titolo autorizzatorio, fatta salva la possibilità di ottenere una proroga per comprovati motivi indipendenti dalla volontà del titolare. La domanda di concessione della proroga dovrà essere presentata almeno trenta giorni prima della scadenza del termine per l'inizio dell'attività;
2. qualora l'attività venga sospesa per un periodo superiore ad un anno.

ART. 15 – PROCEDIMENTO

La conclusione del procedimento per il rilascio delle autorizzazioni dovrà avvenire entro il termine di 60 (sessanta) giorni. I termini per la conclusione del procedimento inizieranno a decorrere da quando la pratica sarà completa.

Sia per i punti vendita ESCLUSIVI sia per i punti vendita NON ESCLUSIVI, non potrà formarsi l'istituto del silenzio-assenso in mancanza di parametri numerici disponibili.

ART. 16 – ORARI DI VENDITA

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'art. 2, comma 3, lettera e) del D.Lgs. 170/2001, si applicano le disposizioni di cui all'art. 13, comma 1, del Decreto Legislativo n. 114/1998.

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.

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 della Legge n. 15/2004 e successive circolari esplicative emanate dalla Regione Veneto.

ART. 17 – PARITA' DI TRATTAMENTO E MODALITA' DI VENDITA

La vendita della stampa quotidiana e periodica, sia per i punti vendita ESCLUSIVI sia per i punti vendita NON ESCLUSIVI, è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:

- ogni punto vendita deve prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita assicurando parità di trattamento;
- il prezzo dei prodotti non può subire variazioni in relazione alla tipologia di punto vendita (esclusivo o non esclusivo);
- 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.
- è vietata l'esposizione al pubblico di giornali e riviste e materiale pornografico, indipendentemente dal contenuto, osceno o meno, della copertina.

Le condizioni e le modalità ora elencate si applica anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

ART. 18 - SANZIONI

In caso di violazione delle presenti disposizioni si applicano le norme di cui all'art. 22 del D.Lgs. n. 114/1998, in quanto compatibili.

ART. 19 – NORME FINALI

In conseguenza dell'abrogazione dell'intero art. 14 della Legge n. 416/1981, operata dall'art. 9 comma 2, del D.Lgs. n.170/2001, non sono più applicabili:

- il divieto alle persone diverse dal titolare o dai familiari o parenti o affini al terzo grado di svolgere l'esercizio della rivendita fissa;
- il divieto di affidamento in gestione a terzi;
- il divieto di rilascio dell'autorizzazione a persone giuridiche;

- il divieto di rilascio alle persone fisiche di più di una autorizzazione.

Per quanto non previsto nella presente normativa si applica il Decreto Legislativo n. 114/1998 e le altre norme vigenti in materia.

Allegato sub b) alla deliberazione del C.C. n. _____ del _____

**APPENDICE DEL PIANO DI LOCALIZZAZIONE
DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI
(art. 14, comma 4, della D.G.R. n. 1409 del 16 maggio 2003)**

**CRITERI PER L'INSEDIAMENTO
DI PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI**

ART. 1 – OBIETTIVI GENERALI DEI CRITERI

A completamento del Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi e agli effetti della programmazione integrata dell'intero sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, si fissano i seguenti obiettivi ai fini della determinazione dei criteri per l'insediamento di punti vendita NON ESCLUSIVI:

- a) assicurare la migliore funzionalità del servizio di distribuzione della stampa quotidiana e periodica, offrendo al consumatore oggettive possibilità di scelta in relazione alla comodità del servizio;
- b) incrementare la produttività media delle imprese operanti nel sistema di diffusione dei prodotti editoriali, cercando nel contempo a non colpire le aziende già esistenti ed operanti nel territorio comunale;
- c) promuovere, attraverso l'abbinamento delle vendite di quotidiani e periodici l'esercizio di altre attività di tipo commerciale, processi di integrazione dei servizi, a vantaggio della maggiore usufruibilità degli stessi da parte dei consumatori.

ART. 2 – VALIDITA' TEMPORALE DEI CRITERI

La validità temporale dei seguenti Criteri coincide con quella del Piano di localizzazione dei punti di vendita esclusivi ed essi rimangono in vigore fino alla successiva revisione.

ART. 3 – LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI

La localizzazione dei punti vendita NON ESCLUSIVI, determinata in base alla valutazione dei parametri di cui all'art. 3, comma 4, lettera a), della D.G.R. n. 1409 del 16 maggio 2003. è la seguente:

Zona	N. punti vendita esistenti	N. punti vendita ottimali	Disponibilità alla data di adozione del Piano
1 - Capoluogo	2	2	0
2 - Valle	0	1	1
Totale	2	3	1

ART. 3 – CONTENUTI DELL'AUTORIZZAZIONE

L'autorizzazione per i nuovi punti vendita NON ESCLUSIVI viene rilasciata per quotidiani e/o periodici (Sentenza del Consiglio di Stato n. 386/2005).

ART. 4 – DISPOSIZIONI FINALI

Per quanto non previsto nei presenti Criteri si fa riferimento al presente Piano di localizzazione, al Decreto Legislativo n. 170/2001, al Decreto Legislativo n. 114/1998 e agli indirizzi regionali in materia.

I presenti Criteri costituiscono appendice al Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi.