

LEGGE REGIONALE

14 gennaio 2005, n. 4⁽¹⁾

(1) In B.U.R.L. 29 gennaio 2005, n. 3

Sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica

Epigrafe

Art. 1 - Oggetto.

Art. 2 - Definizioni.

Art. 3 - Sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica.

Art. 4 - Esenzione dall'autorizzazione.

Art. 5 - Parità di trattamento.

Art. 6 - Modalità di vendita.

Art. 7 - Vendita di prodotti non editoriali nei punti vendita esclusivi.

Art. 8 - Obiettivi della pianificazione comunale.

Art. 9 - Indirizzi per la predisposizione dei piani.

Art. 10 - Piani.

Art. 11 - Validità del piano.

Art. 12 - Autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica.

Art. 13 - Subingresso.

Art. 14 - Ferie e riposi.

Art. 15 - Sanzioni.

Art. 16 - Disposizioni transitorie.

Art. 17 - Abrogazioni.

Art. 1

Oggetto.

1. Con la presente legge la Regione disciplina le modalità e le condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica e detta indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita.

Art. 2 Definizioni.

1. Ai fini della presente legge si intende per:

a) piano, il piano comunale di localizzazione dei punti di vendita di giornali quotidiani e periodici;

b) punti vendita esclusivi, quelli che, previsti nel piano, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;

c) punti vendita non esclusivi, gli esercizi che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici, nonché quelli di cui all'articolo 3, comma 4.

Art. 3

Sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica.

1. Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio regionale, in punti vendita esclusivi e non esclusivi.

2. L'attività di cui al comma 1 è soggetta, nel rispetto dei piani, al rilascio di autorizzazione da parte dei comuni, anche a carattere stagionale, con le eccezioni di cui all'articolo 4.

3. Possono essere autorizzati 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 delle stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;

d) le medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita, i centri commerciali, come definiti dall'articolo 24, comma 1, lettere b) e c), della legge regionale 18 novembre 1999, n. 33 (Disciplina relativa al settore del commercio) e successive modifiche;

e) le librerie 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, a seguito dell'invio della comunicazione ai sensi dell'articolo 1, comma 2, della legge 13 aprile 1999, n. 108 (Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica), hanno effettivamente e concretamente venduto il prodotto editoriale durante la fase di sperimentazione, per un periodo non inferiore ai sei mesi, l'autorizzazione di cui al comma 2 è rilasciata di diritto per la stessa tipologia di prodotto editoriale per la quale è stata effettuata la sperimentazione.

5. L'autorizzazione per i punti vendita esclusivi e non esclusivi può essere rilasciata sia alle persone fisiche che alle persone giuridiche.

Art. 4

Esenzione dall'autorizzazione.

1. Non è necessaria alcuna autorizzazione:

a) per la vendita nelle sedi di partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di attinenti pubblicazioni specializzate;

b) per la vendita ambulante di quotidiani di partiti, 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 edite;

d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non immesse nel canale delle edicole;

e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte di editori, distributori ed edicolanti;

f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio diretto ai soli clienti;

g) per la vendita, effettuata all'interno di strutture pubbliche o private, rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Art. 5

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 o periodici dagli stessi prescelta per la vendita.

3. Le disposizioni di cui alla presente legge si applicano anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

Art. 6

Modalità di vendita.

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:

a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita;

b) 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;

c) i punti vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;

d) è comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.

Art. 7

Vendita di prodotti non editoriali nei punti vendita esclusivi.

1. I titolari dell'autorizzazione alla vendita della stampa quotidiana e periodica nei punti vendita esclusivi possono vendere **prodotti non alimentari e pastigliaggi confezionati** pastigliaggi confezionati e prodotti alimentari e non alimentari nel rispetto dei requisiti igienico-sanitari ⁽²⁾.

2. I punti vendita esclusivi possono destinare una parte della superficie di vendita, in misura non superiore **al 25** al 40 per cento, alla commercializzazione dei prodotti di cui al comma 1 ⁽³⁾.

3. La cessazione dell'attività di vendita di prodotti di cui al comma 1 comporta che l'attività di vendita dei prodotti editoriali venga svolta sull'intera superficie di vendita.

4. L'attività di vendita di quotidiani e periodici non può essere ceduta separatamente dall'attività di commercializzazione di prodotti diversi da quelli editoriali.

5. Per i punti di vendita esclusivi la cessazione dell'attività di vendita di prodotti editoriali comporta la contemporanea cessazione dell'attività di vendita dei prodotti diversi.

(2) Parole sostituite dall'art. 3, comma 61, lettera a), della L.R. 31 dicembre 2016, n. 17, a decorrere dal 1° gennaio 2017 (ai sensi di quanto disposto dal comma 160 dello stesso art. 3).

(3) Parole soppresse dall'art. 3, comma 61, lettera b), della L.R. 31 dicembre 2016, n. 17, a decorrere dal 1° gennaio 2017 (ai sensi di quanto disposto dal comma 160 dello stesso art. 3).

Art. 8

Obiettivi della pianificazione comunale.

1. I piani sono finalizzati al perseguimento dei seguenti obiettivi:

a) incremento della diffusione dei mezzi di informazione e stampa mediante, ove necessario, l'aumento del numero delle rivendite e l'ampliamento delle superfici espositive e di vendita;

b) articolazione omogenea nel territorio comunale, nel rispetto delle diverse realt  sociali ed insediative esistenti, della rete di vendita dei giornali, quotidiani e periodici, al fine di renderla costantemente adeguata alle esigenze dell'utenza ed, in genere, degli operatori dell'informazione;

c) facilit  di accesso dell'utenza ai punti vendita della rete distributiva comunale.

Art. 9

Indirizzi per la predisposizione dei piani.

1. Per favorire una razionale evoluzione della rete e per assicurare la migliore produttivit  del servizio, in funzione della capacit  di domanda della popolazione residente e fluttuante, nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti, i comuni, per la predisposizione dei piani, in particolare:

a) suddividono il territorio comunale in zone omogenee che possono corrispondere alla partizione adottata per la formazione dei piani regolatori generali, nonch  alla suddivisione amministrativa per circoscrizioni o quartieri. La zonizzazione deve, comunque, tener conto dei centri storici, delle periferie, delle semi-periferie, delle aree di nuova o gi  esistente edificazione residenziale, industriale e terziaria, delle aree rurali e montane;

b) rilevano le caratteristiche di ciascuna zona individuata, con particolare riguardo a:

1) strutture scolastiche e universitarie, centri culturali e di informazione, uffici pubblici e privati, strutture industriali, produttive, commerciali e ricettive, stazioni ferroviarie, autostazioni e altre strutture similari;

2) assetto viario e delle comunicazioni;

3) flussi di popolazione non residente, comprendendo correnti turistiche stagionali e permanenti;

c) individuano, per l'ultimo biennio e per ciascuna zona, la situazione relativa ai seguenti indicatori:

1) numero e densit  dei punti vendita esistenti, esclusivi e non esclusivi, anche in rapporto alla superficie territoriale e alla popolazione fluttuante;

2) localizzazione dei punti vendita esistenti, mettendo in evidenza, in particolare, le nuove localizzazioni avvenute nel biennio;

3) andamento delle vendite, anche sulla base dei dati forniti dalle organizzazioni degli editori, dei distributori e dei rivenditori.

Art. 10

Piani.

1. I comuni del Lazio adottano i piani, previa consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori, nonché delle organizzazioni sindacali dei rivenditori maggiormente rappresentative a livello nazionale.

2. I comuni inviano copia dei piani adottati all'assessorato regionale competente in materia di attività produttive.

3. Sulla base degli indirizzi di cui all'articolo 9, i piani definiscono la rete dei punti vendita esclusivi e non esclusivi ed i relativi ambiti di localizzazione stabilendo i criteri per l'autorizzazione di nuovi punti vendita, il trasferimento di quelli esistenti e l'ottimizzazione dei punti vendita esclusivi già esistenti ed operanti.

4. In sede di definizione dei piani i comuni devono rispettare un rapporto minimo tra famiglie residenti e punti vendita esclusivi e non esclusivi non inferiore a mille.

5. Nel caso di suddivisione del territorio comunale in zone il parametro di cui al comma 4 è riferito alla singola zona, tenendo conto del raggio di influenza esercitato dai punti vendita ubicati sia nelle zone limitrofe che nei territori comunali confinanti.

6. Qualora nel territorio comunale o nella singola zona non vi sia nessun punto vendita e risulti residente un numero di famiglie inferiore a mille, o comunque consentita l'apertura di un punto vendita esclusivo o non esclusivo.

7. Nell'ipotesi in cui dalla pianificazione effettuata ai sensi del comma 4 risulti un numero residuo di famiglie uguale o superiore a settecento, è consentita la previsione di un ulteriore punto vendita esclusivo o non esclusivo.

8. I piani, inoltre:

a) individuano le zone turistiche del territorio comunale nelle quali, per effetto di una maggiore presenza stagionale dell'utenza, i comuni possono rilasciare autorizzazioni temporanee, sia per punti vendita esclusivi che non esclusivi, per periodi non superiori a quattro mesi nel corso dell'anno, nel rispetto del parametro di cui al comma 4, ridotto del 20 per cento;

b) definiscono le condizioni ed i criteri per la vendita di quotidiani e periodici nei casi di cui all'articolo 4, comma 1, lettere f) e g);

c) stabiliscono, ai fini del rilascio dell'autorizzazione per nuovi punti vendita e dell'eventuale trasferimento di quelli esistenti, criteri atti a garantire la superficie più idonea allo svolgimento dell'attività.

Art. 11

Validità del piano.

1. Il piano ha durata quadriennale.
2. Il comune, sentite tutte le parti interessate al processo distributivo, può procedere, in ogni tempo, al suo aggiornamento per sopraggiunte e documentate modifiche della situazione distributiva della rete di vendita, nonché della situazione demografica.

Art. 12

Autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica.

1. I comuni determinano nei piani i criteri e le modalità per ottenere l'autorizzazione per la vendita della stampa quotidiana e periodica.
2. Le domande tendenti ad ottenere l'autorizzazione ad esercitare l'attività di vendita di quotidiani e periodici devono essere presentate al comune territorialmente competente.
3. Il richiedente deve:
 - a) essere in possesso dei requisiti di accesso all'attività di cui al decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della L. 15 marzo 1997, n. 59);
 - b) non prestare la propria opera con rapporto di lavoro continuativo alle dipendenze di altri;
 - c) non essere iscritto ad albi professionali.
4. Alle domande deve essere allegata la documentazione comprovante, tra l'altro, le seguenti indicazioni:
 - a) ubicazione dell'esercizio su suolo pubblico o privato;
 - b) dimostrazione della disponibilità dei locali o dello spazio pubblico o privato ovvero avvio della relativa istruttoria per l'acquisizione di questi ultimi;
 - c) titolarità dell'autorizzazione per l'esercizio di una delle attività di cui all'articolo 3, comma 3, per i punti vendita non esclusivi.
5. In caso di domande concorrenti, i comuni individuano criteri di priorità in modo da assicurare comunque la preferenza:
 - a) ai soggetti che intendono trasferire l'esercizio, nel caso di concorrenza fra domande di trasferimento di punti vendita esistenti e domande di apertura di nuovi punti vendita inerenti la stessa area di localizzazione;
 - b) ai soggetti che intendono effettuare l'esercizio esclusivo dell'attività di vendita, nel caso di concorrenza fra domande per l'esercizio di punti vendita esclusivi e domande per l'esercizio di punti vendita non esclusivi.
6. A parità di condizioni si segue l'ordine cronologico di presentazione delle domande.

Art. 13

Subingresso.

1. Il trasferimento dell'esercizio di rivendita di quotidiani e/o periodici per atto tra vivi od a causa di morte comporta la voltura dell'autorizzazione, sempre che sia provato al comune l'effettivo passaggio dell'esercizio ed il possesso dei requisiti di cui all'articolo 12, comma 3.

Art. 14

Ferie e riposi.

1. Le chiusure dei punti vendita nei giorni domenicali e di riposo infrasettimanale e per ferie devono essere regolate in modo da garantire l'effettuazione del servizio nelle varie zone del territorio comunale, mediante la predisposizione di turni, d'intesa con le organizzazioni di categoria.

2. Il calendario predisposto deve essere fornito a tutte le organizzazioni interessate.

Art. 15

Sanzioni.

1. I comuni applicano le sanzioni previste all'articolo 22, comma 3, del D.Lgs. n. 114/1998 per la violazione delle disposizioni contenute nella presente legge e nei piani.

Art. 16

Disposizioni transitorie.

1. I comuni adottano i piani di cui all'articolo 10 entro un anno dalla data di entrata in vigore della presente legge.

2. Fino all'adozione dei piani ai sensi della presente legge, ai fini del rilascio delle autorizzazioni alla vendita della stampa quotidiana e periodica, continuano ad avere efficacia i piani già adottati dai comuni alla data di entrata in vigore della presente legge.

3. In assenza del piano, qualora nel territorio di un comune o in una frazione di comune non esistano punti vendita di quotidiani o periodici, l'autorizzazione alla vendita può essere rilasciata anche ad esercizi diversi da quelli previsti all'articolo 3, comma 3.

4. I punti vendita, autorizzati alla vendita, congiuntamente ad altri prodotti, di quotidiani e periodici, in data anteriore all'entrata in vigore della L. n. 108/1999, sono considerati come punti vendita esclusivi.

5. Le disposizioni di cui all'articolo 10 non si applicano ai punti vendita esclusivi e non esclusivi già autorizzati alla data di entrata in vigore della presente legge.

Art. 17

Abrogazioni.

1. La legge regionale 4 gennaio 1985, n. 3 (Criteri per l'esercizio da parte dei comuni del Lazio delle funzioni amministrative in materia di rivendite di quotidiani e periodici) e la legge regionale 22 maggio 1985, n. 78 (Adeguamento della legge regionale 4 gennaio 1985, n. 3 alle disposizioni dell'art. 6 della legge 10 gennaio 1985, n. 1, in materia di rivendite di quotidiani e periodici) sono abrogate.