

| | |
|--|--|
| <p>Regione Piemonte Provincia TORINO</p> | <div data-bbox="821 257 989 504" data-label="Image">The coat of arms of San Francesco al Campo, featuring a shield with a blue background, a white cross, and a green landscape with trees. The shield is topped with a crown and surrounded by a laurel wreath. A ribbon is draped across the bottom of the wreath.</div> <p data-bbox="571 521 1262 562"><i>Comune di San Francesco al Campo</i></p> <p data-bbox="804 674 1027 712">ANNO 2005</p> <p data-bbox="783 714 1048 743"><i>Aggiornato al 19 ottobre</i></p> <p data-bbox="507 831 1422 891">PIANO DI LOCALIZZAZIONE dei PUNTI VENDITA ESCLUSIVI della STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA</p> <p data-bbox="427 927 1342 987">CRITERI PER IL RILASCIO delle AUTORIZZAZIONI dei PUNTI VENDITA non ESCLUSIVI</p> |
| | |
| | |
| | <p data-bbox="520 1126 1082 1155"><i>Delibera C.C n° 16 del 13.03.2006</i></p> |
| | |
| | |
| | <p data-bbox="389 1742 719 1771"><i>Titolo dell'elaborato:</i></p> |
| | <p data-bbox="692 1883 1139 1912">RELAZIONE ILLUSTRATIVA</p> |
| | |

**PIANO DI LOCALIZZAZIONE
DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI DELLA STAMPA QUOTIDIANA E
PERIODICA**

1 Documento predisposto da

2 Consegnato in data

3 Le organizzazioni di settore sono state interpellate rispettivamente:

Organizzazioni degli editori: FIEG Federazione Italiana Editori _____

Organizzazioni dei distributori ANADIS _____

Organizzazioni dei rivenditori _____

4 Sottoposto al parere non vincolante della Commissione Consultiva
in data _____

5 Adottato dal Consiglio Comunale con delibera
n° _____ del _____

6 Depositato in segreteria comunale a disposizione
di consultazione il giorno _____

Data della notizia al pubblico del deposito _____

a) con avviso affisso all'Albo Municipale il _____

INDICE

CAPO I – LA NORMATIVA

- 1.1 Il Decreto Legislativo 24 aprile 2001 n° 170 - I compiti della Regione
- 1.2 Il nuovo sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica – I compiti del Comune
- 1.3 La fase transitoria: la Deliberazione di Giunta Regionale n. 101-9183 del 28 aprile 2003

CAPO II – LA DISTRIBUZIONE DI QUOTIDIANI E PERIODICI

- 2.1 Il sistema distributivo e il periodo sperimentale
- 2.2 La distribuzione in Piemonte: dati Regionali

CAPO III – LA REDAZIONE DEL PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

- 3.1 Le finalità e i criteri di stesura
- 3.2 Il metodo di redazione
- 3.3 L'uso del modello
- 3.4 Le scelte redazionali di completamento: azionamento, localizzazioni, punti vendita preesistenti
- 3.5 La procedura di adozione e la validità temporale

CAPO IV – LE RILEVAZIONI COMUNALI

- 4.1 Breve descrizione delle caratteristiche fisiche, urbanistiche e sociali del Comune
- 4.2 La rete complessiva dei punti vendita di quotidiani e periodici
- 4.3 La zona o le zone del territorio individuate per la redazione del Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica
- 4.4 La rilevazione dei livelli parametrici per l'apertura di nuovi punti vendita esclusivi di quotidiani e periodici

CAPO V – IL PROGETTO DI PIANIFICAZIONE

- 5.1 Premessa
- 5.2 La griglia di compatibilità: applicazione
- 5.3 Tabella delle compatibilità in applicazione dei parametri e in deroga
- 5.4 Le localizzazioni adeguate
- 5.5 Le deroghe di carattere assoluto
- 5.6 I punti vendita esistenti alla data di entrata in vigore del Piano
- 5.7 Conclusioni: elementi riassuntivi del Piano del Comune di San Francesco Al Campo
- 5.8 – I punti vendita non esclusivi: criteri di rilascio delle autorizzazioni

Tavola Grafica

CAPO I

LA NORMATIVA

1.1 – Il Decreto Legislativo 24 aprile 2001 n° 170 - I compiti della Regione

Con l'entrata in vigore del Decreto Legislativo 170 del 24 aprile 2001 si è definitivamente concluso il lungo periodo di "sperimentazione" che ha contraddistinto la recente fase di costruzione normativa del settore della distribuzione della stampa quotidiana e periodica, introdotto, di fatto, nell'aprile del 1999 con l'entrata in vigore della Legge n° 108.

Il Governo – che era stato delegato dall'articolo 3 della Legge citata – a emanare il Decreto Legislativo diretto a riordinare in maniera organica il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, è intervenuto pubblicando una serie di regole innovative rispetto a quelle precedenti della Legge del 5 agosto 1981 la n° 416.

In primo luogo tuttavia una conferma: il soggetto competente ad autorizzare l'esercizio dell'attività di vendita di giornali e riviste rimane il Comune, nella persona del dirigente responsabile del servizio, ma senza i limiti di un ampio intervento di direttiva delle Regioni.

Infatti, alla Regione il D.L.vo 170/2001 riserva un unico intervento piuttosto circoscritto, quello cioè di emanare "solo" gli indirizzi per la predisposizione dei piani di localizzazione dei punti vendita esclusivi.

La Regione non avrebbe più la competenza – come in passato – per emanare nei confronti dei Comuni le direttive (era stata, infatti, approvata nel 1985 una Legge Regionale di disciplina del sistema) per l'applicazione della norma primaria, dirette sia a disegnare il sistema della programmazione che a disegnare il sistema delle autorizzazioni.

Le linee guida del sistema sono oggi contenute nel Decreto Legislativo 170/2001 e in subordine nel Decreto Legislativo 114/98.

Sul compito indirizzi di "piano di localizzazione", la Regione Piemonte ha elaborato nel settembre del 2001 uno specifico comunicato della Direzione Commercio da cui rileva:

- a) che le regioni non hanno per l'adempimento "stesura indirizzi" alcun limite temporale, mentre i Comuni sono tenuti a adottare il documento di programmazione entro il 29 maggio 2002;*
- b) che la scadenza obbligatoria del Comune induce lo stesso ad attivarsi "da subito" senza attendere l'emanazione di indirizzi regionali per ridurre al minimo l'attesa dei richiedenti.*

Il futuro potrebbe portare novità assolute: a seguito della pubblicazione di una circolare Ministeriale la n°3538/C del 28 dicembre 2001, la Regione è nuovamente intervenuta sull'argomento contestando l'intervento Ministeriale, appoggiata in quest'azione anche dalle diverse (Snag, Uiltuocs, Sinagi, Cisl giornalisti) organizzazioni dei giornalisti ed esprimendo l'intenzione di attuare la riforma costituzionale "... a partire da nuove leggi regionali che riformando integralmente la materia andranno a far cessare l'applicabilità della legislazione statale previgente."

Per ora è stata espressa nella lettera inviata ai Sindaci del Piemonte a firma della direzione di settore, una considerazione finale che è preferibile non commentare, ma riportare per esteso:

"Si rammenta, infatti, che una circolare, pur potendosi annoverare tra le fonti del diritto amministrativo in senso lato, deve trovare fondamento nel sistema legislativo vigente e può essere considerata legittima solo perché non si discosti da lui."

1.2 – Il nuovo sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica - I compiti del Comune

L'articolo 9 del D.L.vo 170/2001 abroga dal 29 maggio 2001, l'intero articolo 14 della legge 5 agosto 1981 n° 416 e cancella di fatto tutta la precedente impostazione normativa.

La struttura distributiva dei quotidiani e dei periodici risulta così dal maggio 2001 e fino a diversa indicazione, incentrata su due diverse tipologie di esercizi: i punti vendita esclusivi e i punti vendita non esclusivi.

L'esclusività si riferisce – ed è questa la novità più rilevante del sistema – al tipo di prodotto di stampa che nel punto distributivo è posto in vendita.

In altre parole sono "esclusivi" i punti in cui sono venduti sia i quotidiani sia i periodici.

Sono "non esclusivi" invece i punti in cui sono venduti solo i quotidiani oppure solo i periodici, oppure entrambe le tipologie di prodotti editoriali a scelta dell'operatore. (1) (2)

I punti vendita non esclusivi, devono essere anche "promiscui", cioè vendere altri prodotti, ma solo quelli tassativamente elencati per l'abbinamento nell'articolo 2 comma 3 del decreto legislativo.

In ogni caso l'attività di vendita svolta con temporalità annuale o stagionale, è sempre soggetta – salvo le notevoli deroghe espresse e previste dal Decreto – al rilascio di un'autorizzazione, a un atto di consenso dell'Amministrazione competente che nasce in modo sostanzialmente diverso per le due tipologie di esercizio.

Nel caso di punti vendita esclusivi l'atto di consenso si perfeziona nel rispetto di un piano specifico.

Nel caso di punti vendita non esclusivi l'atto di consenso si perfeziona più semplicemente, solo "in ragione di..." e cioè dopo avere rilevato e considerato alcuni elementi o parametri esattamente codificati e tuttavia diversi da quelli "da valutarsi" per il rilascio delle autorizzazioni cosiddette "esclusive".

*Regolarizzata la posizione di coloro che avevano tra maggio 1999 e ottobre 2000 **effettuata** la sperimentazione prevista dalla Legge 108/99, ad ogni Comune tocca dunque impostare e definire le proprie procedure istruttorie sul sistema e programmare il rilascio delle nuove autorizzazioni.*

(1) Quest'interpretazione deriva dalla DGR n° 3-683 del 5 agosto 2005

(2) La Regione Piemonte si adegua alla Sentenza del Consiglio di Stato n° 386/2005
3.22. In conclusione, tutti i precedenti rilievi conducono a ritenere che l'«ovvero» contenuto nell'art. 1, comma 2, lett. B), D. Lgs. N. 170/2001 debba intendersi come «e o» e, quindi, che esso consenta la vendita, nei punti non esclusivi, di soli quotidiani, di soli periodici o di entrambi i prodotti editoriali.

1.3 – La fase transitoria: la Deliberazione di Giunta Regionale n° 101-9183 del 28 aprile 2003

Pubblicata sul BUR del Piemonte in data 15 maggio 2003, la delibera della Giunta Regionale intitolata: "Disciplina del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica – Applicazione del D.L.vo 24 aprile 2001 n° 170 in fase transitoria all'emanazione della nuova normativa regionale ai sensi del Titolo V Costituzione" rappresenta la prima soluzione per garantire "uniformità di indirizzo sul territorio della Regione, oltre che trasparenza, nell'azione amministrativa e chiarezza operativa, in una materia fortemente problematica almeno nella fase attuale."

Questa fase transitoria è stata fino a qui connotata da conflitti interpretativi, ma anche da ripetute aperture di contenzioso che hanno creato non pochi problemi alle Amministrazioni Comunali, ancora una volta lasciate in balia di una normativa approssimativa.

L'indirizzo regionale, articolato e diffuso definisce i comportamenti, o meglio i procedimenti che le Amministrazioni dovranno seguire nella programmazione della rete sia per quanto attiene le autorizzazioni da rilasciare ai così detti punti vendita esclusivi, sia anche per quello sia riguarda le attività non esclusive per le quali è stata introdotta una modifica sostanziale con DGR 3-683 del 5 agosto 2005 che estende la vendita a entrambe le tipologie di prodotti editoriali.

CAPO II

LA DISTRIBUZIONE DI QUOTIDIANI E PERIODICI

2.1 – Il sistema distributivo e il periodo sperimentale

Nel novembre 1999, durante una seduta della Camera dei deputati, il sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri, rilevò che al Dipartimento per informazione e l'editoria erano state esaminate 20.000 domande di partecipazione alla sperimentazione.

"... Il dato va ritenuto ormai definitivo, in quanto tali domande dovevano essere inoltrate ai Comuni di appartenenza – pena l'esclusione, entro il 24 maggio 1999. Naturalmente l'aver inviato richiesta, non vuol dire acquisire automaticamente il diritto all'apertura del sito alternativo di vendita, sia perché i Comuni possono escludere i richiedenti qualora manchino i requisiti previsti dalla legge, sia perché il rapporto editori-distributori-punti di vendita rimane, anche per la rete alternativa, un rapporto condizionato dal mercato.

Pertanto editori e distributori ... possono legittimamente rifiutarsi di servire un punto vendita non economico. (3)

I punti vendita alternativi effettivamente operativi sono di poco superiori a 3.000 a fronte di 38.253 edicole in attività e di questi: 2.000 tra bar e tabacchi; 504 esercizi di grande distribuzione di cui 46 ipermercati; 370 distributori di carburante; 80 librerie e 30 esercizi specializzati. E' tuttavia presumibile che possano aumentare nei prossimi mesi."

A febbraio 2000 in realtà secondo quanto riportato da riviste specializzate di settore (4) risultavano attivi 2.305 punti vendita di cui: 1.568 tra bar e tabacchi; 614 esercizi di grande distribuzione, 565 distributori di carburante; 64 librerie e 14 esercizi specializzati.

Quale è stato dunque il risultato della sperimentazione ?

Secondo un'indagine disposta dalla FIEG la federazione italiana degli editori un terzo degli esercizi che hanno sperimentato è ubicato in Lombardia, seguita dal Lazio, Emilia Romagna e Toscana.

La sperimentazione non pare neppure partita in Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Molise, Calabria e Sardegna.

In termini di vendite i risultati migliori sono stati rilevati nella grande distribuzione sia nel comparto dei periodici con una media di 3 copie rese su 10 distribuite che in quello dei periodici con 3,8 copie rese su 10 distribuite.

Meno brillanti i risultati nei chioschi di benzina e nelle librerie con una resa di 1 copia su 2 ed anche nei bar tabacchi con un reso di 4,7 copie su dieci distribuite nel settore dei quotidiani e 3,8 in quello dei periodici.

(3) Sarebbe giuridicamente fondamentale rilevare nella norma vigente quale articolo riservi un "legittimo rifiuto" a editori e ancora più ai distributori. (NdR)

(4) Il giornale col caffè, Sergio Radaelli – Mixer Novembre 2000

2.2 – La distribuzione in Piemonte: dati Regionali

In Piemonte la distribuzione dei periodici e dei quotidiani attraverso le rivendite esclusive, cioè tutte quelle attivate in precedenza all'entrata in vigore della sperimentazione e aggiornate al 2003 è rilevabile della quaderno Regionale n° 30, Il Commercio In Piemonte anno 2003.

**REGIONE PIEMONTE
RIVENDITE QUOTIDIANI E RIVISTE**

| PROVINCIA | EDICOLE ESCLUSIVE | | | EDICOLE PROMISCUE | | | TOTALE EDICOLE | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|---------|-----|-------------------|--------------|-----|----------------|---------|--------------|----|----|-----|
| | nuove | cessate | sub | nuove | cessate | sub | nuove | cessate | sub | | | |
| ALESSANDRIA | 165 | 1 | 2 | 11 | 170 | 1 | 2 | 4 | 335 | 2 | 4 | 15 |
| ASTI | 42 | 1 | | 1 | 138 | 2 | 1 | | 180 | 3 | 1 | 1 |
| BIELLA | 44 | | | 7 | 101 | 1 | 2 | 3 | 145 | 1 | 2 | 10 |
| CUNEO | 82 | | 1 | 7 | 336 | 5 | 1 | 7 | 418 | 5 | 2 | 14 |
| NOVARA | 83 | | 2 | 4 | 133 | 8 | 3 | 5 | 216 | 8 | 5 | 9 |
| TORINO | 660 | 1 | | 34 | 625 | 8 | 6 | 56 | 1.285 | 9 | 6 | 90 |
| VERBANO CUSIO OSSOLA | 51 | 1 | | 1 | 95 | 1 | 2 | 1 | 146 | 2 | 2 | 2 |
| VERCELLI | 48 | | | | 78 | | | 1 | 126 | | | 1 |
| PIEMONTE | 1.175 | 4 | 5 | 65 | 1.676 | 26 | 17 | 77 | 2.851 | 30 | 22 | 142 |

**REGIONE PIEMONTE
RIVENDITE QUOTIDIANI E RIVISTE
DENSITA' ABITANTI/EDICOLE**

| PROVINCIA | EDICOLE ESCLUSIVE Abitanti/Edicole | EDICOLE PROMISCUE Abitanti/Edicole | TOTALE EDICOLE Abitanti/Edicole |
|-----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|
| ALESSANDRIA | 2.565 | 2.490 | 1.263 |
| ASTI | 4.942 | 1.504 | 1.153 |
| BIELLA | 4.244 | 1.849 | 1.288 |
| CUNEO | 6.802 | 1.660 | 1.334 |
| NOVARA | 4.145 | 2.587 | 1.593 |
| TORINO | 3.331 | 3.517 | 1.711 |
| VERBANO CUSIO OSSOLA | 3.116 | 1.673 | 1.088 |
| VERCELLI | 3.735 | 2.299 | 1.423 |
| PIEMONTE | 5.274 | 2.082 | 1.493 |

CAPO III

LA REDAZIONE DEL PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

3.1 – Le finalità e i criteri di stesura

Appare opportuno – alla luce delle novità normative introdotte con il Decreto Legislativo 170/2001 – iniziare il lavoro di stesura del documento programmatico, individuando le finalità più importanti che ne giustificano la redazione.

Tra **le finalità** un elemento certo è rilevabile dall'articolo 8 del decreto in esame che individua nella Presidenza del Consiglio dei Ministri il soggetto che deve assicurare attraverso un'apposita struttura, il monitoraggio della rete per "...l'espansione del mercato editoriale".

La nuova normativa **non è stata scritta per congelare, o peggio per ridurre** il numero dei punti di distribuzione che costituiscono il sistema di vendita dei prodotti della stampa, **ma per incrementarne** la dimensione complessiva nel rispetto delle regole costituzionali che tutelano la libertà dell'iniziativa privata, razionalizzando le presenze autorizzate secondo adeguati parametri di valutazione per rilasciare nuovi titoli e semplificando le procedure di ingresso, si potrebbe aggiungere, vista la matrice della norma in esame che richiama tra le altre, la legge 15 marzo 1997 n° 59.

Un piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi di giornali e riviste dovrebbe allora creare – attraverso una **programmazione sostenibile** – le condizioni migliori per raggiungere alcuni obiettivi, tutti senza distinzione egualmente rilevanti:

- 1) in primo luogo raggiungere un'articolazione della rete di distribuzione omogenea nel territorio, attraverso un'esatta individuazione (localizzazione) degli spazi di pertinenza, per renderla costantemente adeguata alle esigenze dell'utenza nel rispetto delle diverse realtà urbanistiche e sociali esistenti,
- 2) prevedere in questo modo un riordino, ma anche un incremento della diffusione dei mezzi di informazione e stampa,
- 3) intanto costruire le regole più adatte per rendere agevole l'accesso (viabilità di scorrimento, posteggi, soste limitate ecc.) dell'utenza ai punti di vendita della rete distributiva comunale.

I criteri, i mezzi cioè per raggiungere le finalità sopra individuate, **sono già previsti di fatto** dall'articolo 6 del D.L.vo 170/2001 e **confermati dalla DGR del 28 aprile 2003 n° 101-9183 e sono rappresentati da** una serie di **parametri di valutazione** che elenchiamo:

- la densità della popolazione della zona o del Comune,
- il numero delle famiglie,
- le caratteristiche urbanistiche della zona o del Comune,
- le caratteristiche sociali della zona o del Comune,
- l'entità delle vendite di quotidiani negli ultimi due anni,
- l'entità delle vendite di periodici negli ultimi due anni,
- le condizioni di accesso,
- l'esistenza di altri punti vendita non esclusivi,
- l'esistenza di altri punti vendita esclusivi sul territorio comunale

Anche se non espressamente previsto dalla norma citata e poiché il Piano di localizzazione si riferisce ai punti vendita esclusivi appare non trascurabile per rendere più completa l'analisi programmatica il rilievo e la considerazione proprio delle rivendite esclusive già presenti sul territorio.

In realtà sarebbe incomprensibile il riferimento ad una sola delle tipologie di vendita: a quella poi esercitata eventualmente ridotta per quanto riguarda la rete nel suo complesso.

Ecco perché risulta necessario integrare tali parametri di valutazione e considerare anche i punti vendita esclusivi.

3.2 – Il metodo di redazione

Dopo avere – al punto precedente – definiti gli obiettivi e individuati i criteri per redigere il piano progettuale, diventa fondamentale trasformare i criteri stessi in un "**modello metodico sostenibile**" tecnicamente e giuridicamente.

Per ottenere tale modello sostenibile è necessario fissare i diversi parametri attraverso una sequenza motivata di possibili valori determinando – come indica la Regione nella sua DGR – **la soglia di presenza ed efficienza rispetto alla quale individuare i possibili sviluppi della rete di vendita:**

1 – La densità della popolazione

Si tratta del rapporto che intercorre tra gli abitanti e la superficie territoriale in chilometri quadrati del Comune nel suo complesso oppure per singole zone.

E' utile per fissare il valore di un primo indicatore definito **livello di densità abitativa** che può essere così schematizzato con riferimento alle Tabelle elaborate sull'argomento dall'Istituto Nazionale di Statistica:

| | |
|---------------------------------------|---|
| • basso livello di densità abitativa: | fino a 82 abitanti per chilometro quadrato |
| • medio livello di densità abitativa: | tra 83 e 433 abitanti per chilometro quadrato |
| • alto livello di densità abitativa: | oltre 433 abitanti per chilometro quadrato |

Il livello di compatibilità per l'attivazione di una nuova edicola esclusiva è fissato dalla rilevazione a livello locale di un alto livello di densità abitativa.

E' un indicatore "statico" da non aggiornare nel corso dell'applicazione temporale del piano.

2 – Il numero delle famiglie

Si tratta di un dato numerico di semplice rilevazione: il più recente tra quelli disponibili fornito dall'Ufficio Anagrafe del Comune complessivo e per zona.

L'indicatore rilevato sarà posto in rapporto con quello definito **livello medio di famiglie per edicola** che è pari a **646 famiglie per ogni punto vendita.**

Un dato questo rappresentato dal rapporto che intercorre tra il numero dei punti vendita esclusivi (edicole esclusive e promiscue) attualmente esistenti in Piemonte che sono **2.827 (*)** e il numero complessivo delle famiglie in Piemonte che sono **1.827.903 (**).**

| | |
|--------------------------------------|---|
| • basso livello di densità famiglie: | maggiore di 646 famiglie per ogni punto vendita |
| • medio livello di densità famiglie: | pari a 646 famiglie per ogni punto vendita |
| • alto livello di densità famiglie: | minore di 646 famiglie per ogni punto vendita |

* Dato rilevato Quaderno di ricerca per la programmazione commerciale n° 29:
Il commercio in Piemonte 2002;

** Dato rilevato da "Piemonte in cifre 2001" Editore Unioncamere:

Il livello di compatibilità è fissato dall'esistenza a livello locale di un rapporto risultante pari (medio livello) o superiore (basso livello) alla soglia della media regionale.

E' un indicatore "dinamico" da aggiornare ogni volta che sia rilasciato un nuovo titolo durante il corso di applicazione temporale del piano.

3/4 – Le caratteristiche urbanistiche e sociali

Si tratta di una serie di elementi descrittivi dell'unica zona o delle diverse zone in cui è stato diviso il territorio, da inserire in una breve relazione redatta dall'Ufficio Tecnico Comunale relativa alla qualità e alla quantità delle infrastrutture di trasporto, di parcheggio, di sosta anche temporanea e alla quantità e alla tipologia delle attività economiche presenti.

La relazione si concluderà fissando sulla base della approfondita e consolidata conoscenza del territorio – un indicatore definito **livello di urbanizzazione economica** da scegliere tra queste tre semplici ipotesi alternative:

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • area o Comune a basso livello di urbanizzazione economica che coincide con zona o Comune non connotati da sufficienti infrastrutture di trasporto, di parcheggio, di attività economiche • area o Comune a medio livello di urbanizzazione economica che coincide con zona o Comune connotati da sufficienti infrastrutture di trasporto, di parcheggio, di attività economiche • area o Comune ad alto livello di urbanizzazione economica che coincide con zona o Comune connotati da rilevanti infrastrutture di trasporto, di parcheggio, di attività economiche |
|--|

Il livello di compatibilità per l'attivazione di una nuova edicola esclusiva è fissato dalla rilevazione a livello locale di un medio e/o di un alto livello di urbanizzazione economica. E' un indicatore "statico" da non aggiornare nel corso dell'applicazione temporale del piano.

5 – L'entità delle vendite di quotidiani nel Comune negli ultimi due anni

Si tratta di un dato **numerico aggregato**, relativo al numero delle copie oppure al volume d'affari in euro, riferito alle testate dei diversi quotidiani venduti nel territorio comunale nel corso degli ultimi due anni interi, antecedenti alla adozione del Piano.

L'indicatore definito **livello delle vendite di quotidiani del biennio**, si potrà ottenere attraverso l'azienda distributrice dell'area di intervento e sarà utilizzato in relazione ad una valutazione tendenziale dell'aumento o della riduzione della distribuzione nel periodo. E' considerato stabile uno scostamento fino al 15% in più o in meno sul primo dato del biennio.

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • basso livello di vendita: • medio livello di vendita: • alto livello di vendita : | <ul style="list-style-type: none"> andamento delle vendite in diminuzione andamento delle vendite stabile andamento delle vendite in aumento |
|---|---|

Il livello di compatibilità per l'attivazione di una nuova edicola esclusiva è fissato dalla rilevazione a livello locale di un medio e/o di un alto livello delle vendite di quotidiani. E' un indicatore "dinamico" da aggiornare ogni biennio durante il corso di applicazione temporale del piano.

6 – L'entità delle vendite di periodici nel Comune negli ultimi due anni

Si tratta di un dato **numerico aggregato**, relativo al numero delle copie ovvero al volume d'affari in euro riferito ai periodici venduti nel territorio comunale nel corso degli ultimi due anni interi, antecedenti alla adozione del Piano.

L'indicatore definito **livello delle vendite di periodici del biennio**, si dovrebbe (non sempre) ottenere attraverso l'azienda distributrice dell'area di intervento e sarà utilizzato senza distinzioni di zona in relazione ad una valutazione univoca e tendenziale dell'aumento o della riduzione della distribuzione nel periodo considerato. E' considerato stabile uno scostamento fino al 15% in più o in meno sul primo dato del biennio.

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • basso livello di vendita: • medio livello di vendita: • alto livello di vendita : | <ul style="list-style-type: none"> andamento delle vendite in diminuzione andamento delle vendite stabile andamento delle vendite in aumento |
|---|---|

Il livello di compatibilità per l'attivazione di una nuova edicola esclusiva è fissato dalla rilevazione a livello comunale di un medio e/o di un alto livello delle vendite di periodici. E' un indicatore "dinamico" da aggiornare ogni biennio durante il corso di applicazione temporale del piano.

7 – Le condizioni di accesso

Si tratta di una serie di elementi descrittivi sulle infrastrutture viarie da inserire in una breve relazione redatta dall'Ufficio Tecnico ricorrendo alle norme contenute nel Codice della Strada e al relativo regolamento di esecuzione. La relazione si concluderà fissando un indicatore definito **livello di accesso** da scegliere tra queste tre semplici ipotesi alternative:

- area o Comune a basso livello di accesso che coincide con zona o Comune connotati da non sufficienti infrastrutture viarie
- area o Comune a medio livello di accesso che coincide con zona o Comune connotati da sufficienti infrastrutture viarie
- area o Comune a alto livello di accesso che coincide con zona o Comune connotati da rilevanti infrastrutture viarie

Il livello di compatibilità per l'attivazione di una nuova edicola esclusiva è fissato dalla rilevazione a livello locale di un medio e/o di un alto livello di accesso. È un indicatore "statico" da non aggiornare nel corso dell'applicazione temporale del piano.

8/9 – L'esistenza di altri punti vendita suddivisi tra esclusivi e non esclusivi

Si tratta di un dato numerico **disaggregato per tipologia**, relativo al numero dei punti vendita già attivi sul territorio comunale.

Il dato ufficiale sarà fissato attraverso l'elenco dettagliato predisposto dall'Ufficio Commercio.

L'indicatore rilevato sarà posto in rapporto con quello definito **livello medio di presenza distributiva** che è **quello** contenuto nella fascia tra i 1.495 e i 1.715 abitanti residenti e fluttuanti che si presume gravitino mediamente su un'edicola.

Un dato questo rappresentato dal rapporto abitanti/rivendite in Piemonte (1.493) e in Provincia di Torino (1.711). È utile in rapporto al numero complessivo degli abitanti residenti e fluttuanti presunti del Comune nel complesso o delle singole zone individuate sul territorio per fissare il valore dell'indicatore definito **livello di presenza distributiva** che può essere così schematizzato:

- basso livello di presenza distributiva: se si rileva 1 punto vendita esclusivo o non esclusivo (5) attivato per effetto della sperimentazione prevista dalla legge 108/99 per Comune o zona a partire da 1.716 abitanti residenti e/o fluttuanti (se rilevabili) presunti e oltre
- medio livello di presenza distributiva: se si rileva 1 punto vendita esclusivo o non esclusivo attivato per effetto della sperimentazione prevista dalla legge 108/99 per Comune o zona tra i 1.495 e i 1.715 abitanti residenti e/o fluttuanti (se rilevabili) presunti
- alto livello di presenza distributiva: se si rileva 1 punto vendita esclusivo o non esclusivo attivato per effetto della sperimentazione prevista dalla legge 108/99 per Comune o zona a partire da 1.494 abitanti residenti e fluttuanti (se rilevabili) presunti o meno

Il livello di compatibilità per l'attivazione di una nuova edicola esclusiva è fissato dalla rilevazione a livello locale di un basso e/o di un medio livello di presenza distributiva. È un indicatore "dinamico" da aggiornare ogni volta che sia rilasciato un nuovo titolo durante il corso di applicazione temporale del piano.

(5) Sono esclusivamente i punti vendita non esclusivi rilevati ed attivati a seguito della regolarizzazione ai sensi dell'articolo 2 comma 5 del Decreto legislativo 170/2001 tramite rilascio del titolo autorizzatorio al termine della sperimentazione introdotta dalla Legge 108/99.

Il dato non si riferisce alle autorizzazioni ai punti vendita non esclusivi, rilasciate a seguito dell'applicazione a regime del D.L.vo 170/2001, che non sono più considerate ai fini del presente lavoro di pianificazione.

3.3 – L'uso del modello

I dati locali rilevati e fissati nei diversi indicatori di livello come sopra descritti, che costituiscono il modello metodico, andranno quindi inseriti – dopo l'opportuno aggiornamento di quelli fissati come "dinamici" in una sorta griglia virtuale e – per il rilascio di nuove autorizzazioni – confrontati con i livelli di compatibilità predeterminati.

La comparazione renderà possibile un nuovo rilascio ogni volta che – a fronte di un'istanza procedibile – siano rispettati una serie di parametri dei sette parametri utilizzati. La scelta dei parametri da rispettare dipende dall'Amministrazione che ne motiva l'uso.

In particolare – se non si definisce il rispetto di 7 parametri su 7 – risulterà però sempre vincolante la compatibilità rilevata dei parametri n° 3/4 e 7, la cui presenza territoriale rappresenta di per sé fatto fondamentale per l'insediamento di un altro punto vendita sul territorio.

Viabilità, posteggi, aree di sosta e la presenza di altre attività economiche costituiscono elementi di rilievo assoluto per l'attivazione di una nuova edicola esclusiva.

Importanti, ma non determinanti appaiono invece il livello di densità abitativa e il numero delle famiglie spesso irrilevanti nelle aree di sviluppo terziario, non residenziali e tuttavia connotate da notevoli flussi di presenza lavorativa.

Così come non appare rilevante in assoluto né il livello dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici di un biennio, considerata l'effettiva fragilità di un dato non semplice da reperire e da verificare, né il livello di presenza distributiva considerata anche in questo caso l'effettiva fragilità di un dato – quello degli abitanti fluttuanti – difficile da rilevare con sufficiente attendibilità.

La tabella virtuale risulta allora così strutturata:

| N° | Parametro | Livelli di compatibilità | Indicatore |
|-----|--|--------------------------|------------|
| 1 | Livello di densità abitativa | Alto livello | Statico |
| 2 | Livello del numero di famiglie ottimale | Basso o Medio livello | Dinamico |
| 3/4 | Livello di urbanizzazione economica | Medio o Alto livello | Statico |
| 5 | Livello di vendite di quotidiani nel biennio | Medio o Alto livello | Dinamico |
| 6 | Livello di vendite di periodici nel biennio | Medio o Alto livello | Dinamico |
| 7 | Livello di accesso | Medio o Alto livello | Statico |
| 8/9 | Livello di presenza distributiva | Basso o Medio livello | Dinamico |

3.4 – Le scelte redazionali di completamento: azionamento, localizzazioni, punti vendita preesistenti

Nel definire le rilevazioni adatte all'utilizzo dei criteri fissati per realizzare il Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica, appare opportuno compiere un'operazione preliminare fondamentale, che consiste **nel decidere se suddividere o no il territorio comunale in zone omogenee**, secondo una consolidata e facilmente adattabile impostazione urbanistica che tenga conto del centro storico, delle periferie, delle semiperiferie, delle eventuali aree di esistente o previsto sviluppo produttivo con particolare attenzione a quelle individuate negli adeguamenti del PRGC come "addensamenti e localizzazioni commerciali", degli ambiti frazionali e infine delle eventuali aree rurali e montane se abitate.

Il lavoro di pianificazione sarà impostato secondo la dimensione territoriale abitativa del Comune, tenendo conto della facilità di definire o meno una corretta zonizzazione del territorio.

In genere per i comuni di minore dimensione sarà più opportuno non fissare alcuna zonizzazione.

In secondo luogo, la compatibilità evidenziata dalla griglia per l'apertura di nuove edicole esclusive nella zona **potrà trovare un eventuale e discrezionale** ulteriore nucleo di programmazione riferito alla **localizzazione ritenuta più adeguata** per i nuovi impianti.

Inoltre risulta opportuno prevedere il trattamento riservato alle attività in esercizio alla data di approvazione del Piano per quanto attiene la loro localizzazione e le vicende amministrative eventuali riferite ai trasferimenti di sede e ai cambi di titolarità.

Infine le linee progettuali di piano saranno completate attraverso una serie di **disposizioni di attuazione** da considerare parte integrante e di completamento del documento di Pianificazione.

3.5 – La procedure di adozione e la validità temporale

Per l'**adozione** del Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica deve essere rispettata la seguente procedura:

1 – consultazione preventiva delle associazioni più rappresentative a livello nazionale di:

- a) editori
- b) distributori
- c) rivenditori

2 – deliberazione di Consiglio Comunale per l'adozione del Piano comprensivo di tutta la documentazione eventualmente anche grafica allegata allo stesso.

La **validità temporale** del piano per la prima stesura è fissata in due anni dall'approvazione, periodo ulteriormente prorogabile con analogo atto consiliare da approvarsi non oltre 30 giorni dopo la data di scadenza del primo periodo. Le domande di autorizzazione pervenute dopo la scadenza del periodo iniziale e nel periodo dei 30 giorni antecedente alla delibera di proroga, saranno comunque istruite senza alcuna soluzione di continuità.

La validità è così fissata salvo che intervenga una delle seguenti ipotesi:

- a) sia pubblicata una nuova normativa di settore,
- b) siano necessarie nuove oppure diverse rilevazioni di compatibilità insediativa.

Per le revisioni o le riformulazioni successive, soggette o meno all'adeguamento degli indirizzi emanati dalla regione, potrà essere definita una diversa validità temporale.

CAPO IV

LE RILEVAZIONI COMUNALI

4.1 – Breve descrizione delle caratteristiche fisiche, urbanistiche e sociali del Comune

Elementi fisici

Il territorio del Comune di San Francesco al Campo si estende su una superficie pari a 15,04 chilometri quadrati consistente all'incirca nell'altipiano compreso tra i torrenti Fisca (a nord) e Banna (a sud) dal confine con il Comune di Leinì e Lombardore ad est al confine con Ciriè e San Carlo a ovest. Il territorio è pressoché pianeggiante variando da 272 mt s.l.m. presso la Borgata Banni all'estremo sud est ai 340 mt. s.l.m. presso la cascina Vascella all'estremo nord ovest.

Caratteristiche urbanistiche e sociali

Lo sviluppo del territorio nel passato è avvenuto lungo le tre direzioni di traffico principali: la strada provinciale 13 da San Maurizio Canavese a Front Canavese. La strada provinciale 19 da San Francesco al Campo a Ciriè e la strada provinciale 17 di Leinì.

L'attuale strumento urbanistico si è prefissato l'obiettivo di ricucire il tessuto edilizio esistente intorno al nucleo originale, prevedendo l'edificazione nelle aree circostanti dello stesso.

Il collegamento del Comune con i comuni vicini è rappresentato in modo prevalente da autolinee con autobus e dalla linea ferroviaria passante nel confinante Comune di San Maurizio.

Negli ultimi anni si è registrato un incremento degli insediamenti produttivi nell'area industriale del PEGC a confine con San Maurizio.

Dal punto di vista della ricettività, turistica nel territorio sono stati attuati e altri sono in fase di attuazione alcuni importanti interventi che qualificano la realtà comunale.

A sostegno di tutte le attività produttive commerciali e residenziali è da evidenziare la presenza di adeguate strutture scolastiche, servizi pubblici e un importante impianto sportivo comunale che permette l'esercizio di più discipline come il baseball, il calcio, il tennis, l'atletica.

Altre importanti iniziative pubbliche sono in fase di realizzazione sia in tema di viabilità, che di aree a servizi, che di recupero di edifici nelle zone già edificate.

4.2 – La rete complessiva dei punti vendita di quotidiani e periodici

La rete distributiva dei punti vendita di quotidiani e periodici di San Francesco al Campo è composta di n° 3 esercizi la cui distribuzione territoriale è evidenziata dalla Tavola Grafica allegata.

Si tratta di 3 punti vendita esclusivi che esitano sia i quotidiani che i periodici.

L'elenco dettagliato della rete:

| TITOLARE | LOCALIZZAZIONE | TIPOLOGIA | Eventuale Abbinamento | N° |
|----------------|----------------|-----------|-----------------------|----|
| POMA Rosalia | Via Costa 112 | Esclusiva | Alimentari | 1 |
| MEOLA Loredana | Via Roma 80 | Esclusiva | Bar | 2 |
| MANIEZZO Lucia | Via Torino 103 | Esclusiva | Tabacchi | 3 |
| | | | | |

Sotto il profilo territoriale le diverse rivendite esclusive come riportato nella planimetria allegata sono così distribuite: n° 1 nel centro storico che si identifica con l'addensamento commerciale **A.1 storico rilevante** individuato ai sensi della D.C.R. 563-13414 /1999.

Nel resto del concentrico cittadino le edicole hanno trovato posizione strategica sui principali assi viari ed esattamente:

- n° 1 verso Torino, l'asse viario principale che è individuato con la sigla **A.3** come addensamento commerciale urbano forte,
- n° 1 nella Borgata Grangia sulla strada di collegamento verso Leini;

Si rileva che – come in tutte le reti comunali – le rivendite esclusive sono promiscue ad altre attività commerciali.

Possiamo evidenziare che le rivendite esistenti coprono il bacino d'utenza dell'area urbana centrale e delle zone ubicate nelle immediate adiacenze del tessuto residenziale centrale.

Solo la Borgata Centro è carente per la chiusura nel corso del 2004 della quarta edicola esistente.

L'entità delle vendite di rete comunicato dal distributore per il periodo gennaio-dicembre 2003 e 2004 è il seguente:

| Tipologia e anno | Venduto * | Scostamento |
|------------------|-----------|-------------|
| QUOTIDIANI 2003 | 49.495 | |
| QUOTIDIANI 2004 | 45.778 | - 7,51% |
| PERIODICI 2003 | 53.087 | |
| PERIODICI 2004 | 51.836 | - 2,36% |

* Il dato è stato fornito dal distributore di zona: TST Distribuzione Distribuzione s.r.l.
I quotidiani incidono nella misura del 20% circa sul totale venduto

| Tipologia e anno | Venduto Copie * | Uscite | Media a uscita | Scostamento |
|-------------------------|-----------------|--------|----------------|-------------|
| LA STAMPA 2003 | 9.521 | 336 | 28,3 | |
| LA STAMPA 2004 | 6.692 | 298 | 22,5 | - 20,5% |
| LA STAMPA 2003 (5 MESI) | 3.112 | 133 | 23,39 | |
| LA STAMPA 2004 (5 MESI) | 2.958 | 128 | 23,10 | |
| LA STAMPA 2005 (5 MESI) | 2.987 | 126 | 23,70 | |

** Il dato è stato fornito dalla Stampa di Torino

Il dato sembra rivelare che nel 2004 siano state acquistati complessivamente 52.470 copie di quotidiani che equivalgono a 4.372 copie mensili e a 148 copie al giorno (media 30 uscite). Questo per 1.766 famiglie residenti. Se il dato fosse corretto evidenzerebbe un indice di lettura di quotidiani pari all'8,38%.

4.3 – La zona o le zone del territorio individuate per la redazione del Piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi della stampa quotidiana e periodica

Per il lavoro di definizione del piano che consente il rilascio di autorizzazioni di punti vendita di quotidiani e periodici esclusivi il territorio del Comune di San Francesco al Campo non viene - sotto il profilo della identificazione della rete - suddiviso in zone.

Pertanto, ai fini del presente Piano, il territorio del Comune di San Francesco al Campo è rappresentato da una ZONA UNICA, e la RETE DEI PUNTI VENDITA ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI ESISTENTE corrisponde a quella complessiva indicata al Paragrafo 4.2.

4.4 – La rilevazione dei Livelli Parametrici per l’apertura di nuovi punti vendita esclusivi di quotidiani e periodici

1 – Densità della popolazione residente

Nella zona il dato da evidenziare ai fini della rilevazione di lavoro – utilizzando i dati a disposizione – è il seguente:

abitanti 4.428
 ----- 294 abitanti per Km².
 Km². 15,06

| | | |
|---|-------------|--|
| abitanti 294 per Km². | configurano | un medio livello di densità abitativa |
|---|-------------|--|

2 – Il numero delle famiglie

Nella zona il dato da evidenziare ai fini della rilevazione di lavoro è il seguente:

Famiglie n° 1.766
 ----- = 588,66 famiglie per edicola
 punti vendita 3

| | | |
|--|-------------|--|
| quindi 589 famiglie per edicola | configurano | un alto livello di densità famiglie |
|--|-------------|--|

3/4 – Le caratteristiche urbanistiche e sociali

Nella zona il dato da evidenziare ai fini della rilevazione è il seguente:

| |
|--|
| area o Comune a medio livello di urbanizzazione economica che coincide con zona o Comune connotati da sufficienti infrastrutture di trasporto, di parcheggio, di attività economiche |
|--|

5 – L’entità delle vendite di quotidiani nel Comune negli ultimi due anni

Nella zona il dato da evidenziare ai fini della rilevazione di lavoro è il seguente:

| |
|---------------------------------|
| medio livello di vendita |
|---------------------------------|

6 – L’entità delle vendite di periodici nel Comune negli ultimi due anni

Nella zona il dato da evidenziare ai fini della rilevazione di lavoro è il seguente:

| |
|---------------------------------|
| medio livello di vendita |
|---------------------------------|

7 – Le condizioni di accesso

Nella zona il dato da evidenziare ai fini della rilevazione di lavoro – utilizzando i dati così come confermati dall’Ufficio Tecnico – è il seguente:

area o Comune **a medio livello di accesso** che coincide con zona o Comune connotati da **sufficienti infrastrutture viarie**

8/9 – Livello di presenza distributiva.

Nella zona il dato da evidenziare ai fini della rilevazione di lavoro – utilizzando i dati così come comunicati dall’Ufficio Commercio – è il seguente:

Abitanti n° 4.428

----- = 1.476 abitanti per edicola

Punti vendita n° 3

quindi 2.214 **abitanti** per edicola configurano un **alto livello** di presenza distributiva

Quadro Riassuntivo:

| N° | Parametro | Dati rilevati nella zona | Livello individuato |
|-----|---|--|---------------------|
| 1 | Densità abitativa | 294 abitanti per Km ² . | Medio |
| 2 | Numero di famiglie | 589 famiglie per edicola | Alto |
| 3/4 | Infrastrutture di trasporto sosta e attività economiche | Sufficienti | Medio |
| 5 | Vendite di quotidiani nel biennio | Stabili | Medio |
| 6 | Vendite di periodici nel biennio | Stabili | Medio |
| 7 | Infrastrutture viarie di accesso | Sufficienti | Medio |
| 8/9 | Numero edicole presenti | 3 edicole esclusive per 4.428 ab. pari a 1 edicola ogni 1.476 ab. | Alto |

CAPO V

IL PROGETTO DI PIANIFICAZIONE

5.1 – Premessa

Il progetto di Piano dei punti vendita di quotidiani e periodici esclusivi si definisce attraverso ipotesi di intervento articolate, tutte comunque riconducibili a un obiettivo: la qualificazione delle rete distributiva in funzione delle esigenze dei fruitori del servizio.

Il piano è organizzato per nuclei di programmazione progressivi:

*a) in primo luogo sono rilevate le compatibilità di insediamento di punti vendita esclusivi per la zona unica fissata, attraverso l’inserimento nello **schema di griglia virtuale** sopra individuato dei dati di livello specificatamente rilevati.
Per il rilascio di nuove autorizzazioni i dati devono essere confrontati con i livelli di compatibilità predeterminati e riportati nella tabella che segue.*

L’Amministrazione del Comune di San Francesco al Campo ritiene che, viste le caratteristiche della rete distributiva esistente sul proprio territorio, sarà possibile un nuovo primo rilascio solo quando siano rispettati 4 parametri dei 7 parametri utilizzati, un secondo rilascio quando siano rispettati 5 parametri dei 7 parametri utilizzati

| N° | Parametro | Livelli di compatibilità | Aggiornamenti |
|-----|--|--------------------------|-----------------------------------|
| 1 | Livello di densità abitativa | Alto livello | No |
| 2 | Livello del numero di famiglie ottimale | Basso o Medio livello | A ogni rilascio e a ogni chiusura |
| 3/4 | Livello di urbanizzazione economica | Medio o Alto livello | No |
| 5 | Livello di vendite di quotidiani nel biennio | Medio o Alto livello | A ogni biennio |
| 6 | Livello di vendite di periodici nel biennio | Medio o Alto livello | A ogni biennio |
| 7 | Livello di accesso | Medio o Alto livello | No |
| 8/9 | Livello di presenza distributiva | Basso o Medio livello | A ogni rilascio e a ogni chiusura |

b) in secondo luogo, la compatibilità evidenziata dalla griglia per l’apertura di nuove edicole esclusive nella zona trova un ulteriore eventuale e quindi discrezionale, nucleo di programmazione riferito alla localizzazione ritenuta più adeguata per il nuovo impianto.

*c) un **terzo eventuale** nucleo di programmazione riguarda le deroghe di carattere generale al rilascio delle autorizzazioni di esercizio previste dalla norma vigente, oltre a quelle eventualmente introdotte in casi e situazioni eccezionali e adatte a consentire comunque l’attivazione di nuove attività anche al di là e senza necessità del rispetto dei meccanismi progettati;*

*d) il quarto intervento di programmazione risolve **l’evoluzione eventuale** della rete esclusiva esistente al momento dell’approvazione del documento per quanto attiene tre punti: la localizzazione fatta salva come ottimale, il subingresso nell’attività di vendita dei quotidiani e dei periodici e il trasferimento di sede;*

e) il quinto e ultimo intervento riguarda i criteri di rilascio delle autorizzazioni dei punti vendita di quotidiani e periodici non esclusivi. L’intervento risente - nella sua impostazione - della scelta interpretativa data a questa tipologia distributiva da cui risulta in modo evidente una duplice conclusione:

1 - la loro funzione specifica è quella di garantire un servizio integrativo e solo strumentale all’attività principale rappresentata di volta in volta dall’essere un bar o un distributore di carburanti o un esercizio di media e grande distribuzione o una rivendita di generi di monopolio o una libreria ecc. e pertanto in tali condizioni,

2 - non possono in alcun modo interferire sulla programmazione di settore lasciando sul sistema autorizzatorio loro riservato ampi margini di discrezionalità alle Amministrazioni Comunali.

5.2 – La griglia di compatibilità: applicazione

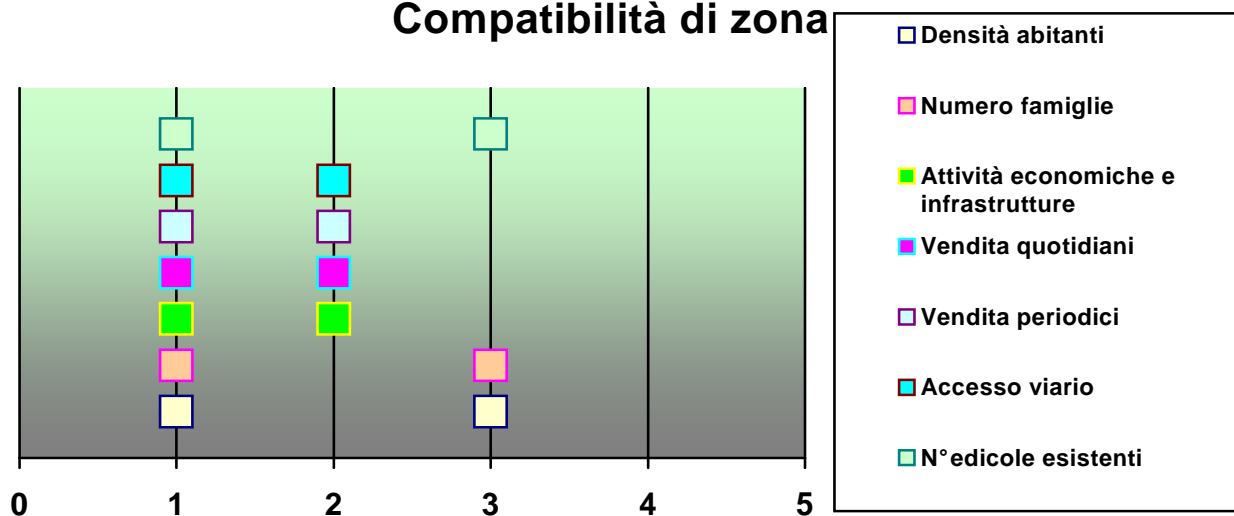
Il primo nucleo di programmazione viene completato dall'applicazione della griglia di compatibilità riportata nella pagina precedente ai livelli parametrici rilevati nelle singole zone nel capitolo 4 intitolato "Rilevazioni comunali".

Ecco il dettaglio:

ZONA UNICA

| N° | Parametro | Livelli di compatibilità | Livello di zona | Compatibile |
|-----|--|--------------------------|-----------------|-------------|
| 1 | Livello di densità abitativa | Alto livello | Medio | No |
| 2 | Livello del numero di famiglie ottimale | Basso o Medio livello | Alto | No |
| 3/4 | Livello di urbanizzazione economica | Medio o Alto livello | Medio | Sì |
| 5 | Livello di vendite di quotidiani nel biennio | Medio o Alto livello | Medio | Sì |
| 6 | Livello di vendite di periodici nel biennio | Medio o Alto livello | Medio | Sì |
| 7 | Livello di accesso | Medio o Alto livello | Medio | Sì |
| 8/9 | Livello di presenza distributiva | Basso o Medio livello | Basso | No |

Compatibilità di zona



Su asse n° 1 i parametri di livello considerati

Su asse n° 2 i livelli compatibili

Su asse n° 3 i livelli non compatibili

CONCLUSIONE:

Zona: UNICA

Parametri rispettati: 4 su 7

Compatibilità positiva al rilascio di autorizzazione esclusiva alla vendita di quotidiani e periodici.

5.3 – Tabella delle compatibilità in applicazione dei parametri**TABELLA RIASSUNTIVA DELLE COMPATIBILITA'**

| Zona | Parametri da rispettare | Parametri rispettati | Parametri non rispettati | Compatibilità |
|-------|-------------------------|----------------------|--------------------------|---------------|
| Unica | 4 | 4 | 3 | positiva |

5.4 – Le localizzazioni adeguate

In secondo luogo, la compatibilità evidenziata dalla griglia per l'apertura di nuove edicole esclusive nella zona trova un ulteriore nucleo di programmazione riferito:

- a) alla localizzazione ritenuta più adeguata per eventuali nuovi impianti;
- b) alla localizzazione confermata come ottimale per ognuno del punto vendita esistente;
- c) alla localizzazione utile ad un trasferimento dell'attività insediata.

Nel caso del Comune di SAN FRANCESCO AL CAMPO, questo è lo schema che definisce la localizzazione "ottimale":

| Zone | Localizzazione eventuali nuovi impianti | Localizzazione attuale di p.v. esistenti | Localizzazione per trasferimenti |
|--------------|---|--|--|
| UNICA | Borgata Centro | <i>Fatta salva la posizione attuale. In caso di cessazione di impianti esistenti, la nuova localizzazione è consentita nell'ambito degli addensamenti A.1 e A.3 e nelle Borgate Grangia e Centro</i> | <i>Il trasferimento è consentito nell'ambito degli addensamenti A.1 e A.3 e nelle Borgate Grangia e Centro</i> |

5.5 – Le deroghe di carattere assoluto

Il terzo nucleo di programmazione riguarda le deroghe di carattere generale al rilascio delle autorizzazioni di esercizio, previste dalla norma vigente oltre a quelle eventualmente introdotte in casi e situazioni eccezionali e adatte a consentire comunque l'attivazione di nuove attività anche al di là e senza necessità del rispetto dei meccanismi progettati.

Ai sensi dell'articolo 3 del Decreto Legislativo 170/2001 non è necessaria l'autorizzazione:

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati e 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 e religiosa*
- c) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da loro 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 e 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. (6)*

Non sono inoltre previste ulteriori deroghe di carattere eccezionale oltre a quelle previste dalla normativa vigente.

(6) Vedi Articolo 2 della DGR 3-683 del 5 agosto 2005

5.6 – I punti vendita esistenti alla data di entrata in vigore del Piano

Appare necessario prevedere attraverso il documento di Piano anche l'evoluzione eventuale dei punti vendita esclusivi in attività alla data di entrata in vigore del Piano secondo l'elenco dettagliato riportato al punto 4.2 precedente.

Tre gli ambiti di intervento:

- a) la localizzazione degli esercizi esistenti, che viene fatta salva in ogni caso la localizzazione rilevata;*
- b) l'eventuale cambio di titolarità nell'esercizio dell'attività di vendita di quotidiani e periodici, che può essere definita anche separatamente dall'eventuale attività abbinata;*
- c) il trasferimento di sede, che può avvenire senza limiti nell'ambito del territorio comunale.*

5.7 – Conclusioni: elementi riassuntivi del Piano del Comune di San Francesco al Campo

| <i>ELEMENTI RILEVANTI DEL PIANO</i> | <i>DESCRIZIONI</i> |
|--|-----------------------------|
| <i>Zone fissate:</i> | <i>Unica sul territorio</i> |
| <i>Parametri da rispettare dei 7 previsti:</i> | <i>4</i> |
| <i>Parametri rispettati a San Francesco al Campo</i> | <i>4</i> |
| <i>Autorizzazioni rilasciabili:</i> | <i>1</i> |
| <i>Validità temporale:</i> | <i>2 anni</i> |
| <i>Localizzazioni ottimali fissate:</i> | <i>Vedi punto 5.4</i> |

5.8 – I punti vendita non esclusivi: criteri di rilascio delle autorizzazioni

L'ultimo nucleo programmatico riguarda i criteri di rilascio delle autorizzazioni dei punti vendita di quotidiani e periodici non esclusivi.

L'intervento risente – nella sua impostazione operativa – della scelta interpretativa data a questa tipologia distributiva dal Consiglio di Stato con una recente sentenza che prevede che i punti vendita non esclusivi del settore possano vendere **o solo quotidiani o solo periodici o entrambe le tipologie di prodotti editoriali**, pur sempre garantendo parità di trattamento alle scelte effettuate.

- Per questo si rende necessaria una duplice conclusione:
 - a) la loro funzione specifica è quella di garantire un **servizio integrativo e solo strumentale** all'attività principale rappresentata di volta in volta dall'essere un **bar** o un **distributore di carburanti** o un **esercizio di media e grande distribuzione** o una **rivendita di generi di monopolio** o una **libreria** ecc.
 - b) **non possono** in alcun modo **interferire sulla programmazione** di settore per l'evidente limite nella distribuzione e consentono alle Amministrazioni Comunali e al sistema autorizzatorio loro riservato di operare con ampi margini di discrezionalità. Secondo il Consiglio di Stato infatti è "... (omissis) lecito dubitare che le edicole possano, in ragione della loro particolare localizzazione, entrare realmente in competizione (al punto da essere estromesse dal mercato) con i canali di diffusione non esclusiva, che piuttosto paiono rivolti ad intercettare flussi di consumo, differenti da quelli soddisfatti dai tradizionali punti esclusivi, anche sul piano dell'impulso all'acquisto."
- Sulla base di queste considerazioni è necessaria una corretta e motivata lettura dell'articolo 2 comma 6 del Decreto Legislativo 170/2001 da cui si rileva che:

" 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."
- In modo sostanzialmente diverso, ma **soprattutto ulteriore** va invece letto l'articolo 6 comma 1 che si riferisce alla Pianificazione del sistema di vendita principale, quello dei punti vendita esclusivi, quello in cui l'obbligatoria vendita generale di quotidiani e periodici, innesca un meccanismo concorrenziale in cui è necessario considerare in modo strutturale anche la rete distributiva preesistente.
- L'articolo prevede infatti che gli indirizzi regionali per la redazione di un Piano delle edicole esclusive, debbano essere predisposti attenendosi dopo opportuna consultazione con le associazioni, sulla base di **valutazioni** (non in ragione di) da costruire queste sì, secondo una scala di valori determinati, di parametri forse assimilabili, ma nella sostanza e nel metodo di utilizzo profondamente diversi dagli elementi di conoscenza di cui tenere conto secondo la regola dell'articolo 2 comma 6.

Le valutazioni (determinare il valore di...) in caso di Piano riguardano infatti:

| | |
|---|-----------------------|
| la densità della popolazione, | (idem) |
| il numero di famiglie, | (sopra non esistente) |
| le caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, | (dizione diversa) |
| l'entità delle vendite rispettivamente di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, | (entità separate) |
| le condizioni di accesso con particolare riferimento alle zone insulari ecc. | (dizione diversa) |
| l'esistenza di altri punti vendita <u>non esclusivi</u> | (idem) |

- In sintesi estrema appare sostenibile e plausibile che i punti vendita di quotidiani e periodici non esclusivi possano essere **autorizzabili secondo una semplice rilevazione** in sintonia con il generale **principio di intelligibilità della realtà** nel cui contesto territoriale e sociale si determina l'attivazione dell'esercizio, senza che tale rilevazione possa costituire **in alcun modo un elemento ostativo** al rilascio del titolo richiesto.

- A differenza del settore esclusivo dove invece è prevista dalla norma vigente l'adozione di un piano di localizzazione, l'analisi della realtà precedente, l'uso di parametri fissati secondo una precisa scala di valori, l'individuazione di un "**modello metodico sostenibile**" tecnicamente e giuridicamente.
- Questa lettura delle norme in esame è quasi imposta, considerata la **natura** e la **funzione** attribuita alla rete parallela di esercizi non esclusivi, certo prevista all'interno del sistema di distribuzione della produzione editoriale, ma **residuale** rispetto alla funzione principale riservata ai punti vendita esclusivi. Tanto è vero che spesso la "distribuzione" questi punti vendita non li rifornisce neppure, nonostante il titolo autorizzativo rilasciato dal Comune, inserendo nel sistema un altro e diverso elemento di instabilità e di possibile litigiosità.
- Per quanto dunque riguarda **il criterio**, il mezzo di conoscenza, di cui tenere conto per raggiungere la finalità sopra espressa: rilasciare un titolo autorizzatorio ad esercizi la cui dimensione commerciale prevalente, è nettamente separata dalla distribuzione della carta stampata, lo stesso è **previsto di fatto** dall'articolo 2 comma 6 del D.L.vo 170/2001 e **va considerato** come finalizzato all'**esigenza di rilevare alcuni elementi della realtà in cui si definisce l'attivazione della vendita di quotidiani o di periodici in forma strumentale e ridotta** (solo quotidiani o solo periodici) **rispetto ad un'attività commerciale o di somministrazione primaria e prevalente.** (Nota 7)
- Gli elementi da rilevare sono pertanto:
 - la densità della popolazione nel suo complesso,
 - le caratteristiche urbanistiche e sociali della zona di insediamento aggregato del punto vendita non esclusivo,
 - l'entità complessiva ed aggregata delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni per l'intero territorio comunale
 - le condizioni di accesso viario della zona di insediamento aggregato del punto vendita non esclusivo,
 - l'esistenza di altri punti vendita non esclusivi nella zona di insediamento aggregato del punto vendita non esclusivo ed esclusivamente di questi ultimi.
- Per quanto infine riguarda la procedura si definisce la forma semplificata che segue:
 - a) al ricevimento della dichiarazione di ottemperanza completa e procedibile contenuta nell'istanza in bollo, l'ufficio competente "emette ricevuta" recante le indicazioni di cui all'articolo 8 comma 2 della legge 241/90 che riguardano ufficio e responsabile del procedimento;
 - b) l'ufficio istruisce la pratica e rileva attraverso apposita scheda istruttoria di raccolta dati, gli elementi previsti al comma 6 dell'articolo 2 del decreto legislativo che sono quelli sopra elencati;
 - c) la scheda istruttoria diviene elemento formale dell'istruttoria e viene allegato alla pratica come documentazione di elementi rilevati;
 - d) il responsabile emette il provvedimento autorizzatorio

Nota 7: Vedi Sentenza Consiglio di Stato Sezione V n° 4122/03 del 20 maggio 2003 secondo lo stralcio che segue.

"Per i punti non esclusivi, invece, come quello di cui si controverte, è necessario e sufficiente che il Comune tenga conto dei criteri già stabiliti dalla legge, nello stesso art. 2, comma 6, in esame: densità della popolazione, caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, entità delle vendite di giornali negli ultimi due anni, condizioni di accesso, esistenza di altri punti di vendita non esclusivi. Si tratta della medesima elencazione di criteri contenuta nella legge di delegazione (art. 3, comma 1, lett. c, legge 13 aprile 1999, n. 108).

Non occorre, perciò, né che l'amministrazione comunale recepisca criteri, poiché sono stabiliti dalla legge, né che, per i punti vendita non esclusivi essa si doti di uno strumento programmatico. La legge non lo prescrive. Per altro verso, va considerato che gli elementi, di cui al citato comma 6, si configurano come dati oggettivi della realtà socio-economica o già acquisiti da un'amministrazione comunale, o di agevole acquisizione (V Sezione 29 aprile 2003, n. 2189).