



**COMUNE DI BRESCIA**

**CONSIGLIO COMUNALE**

Delib. n. 5  
P.G. n. 63827

Data 29/01/2010

OGGETTO: PIANO PER LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI DI VENDITA DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA E NORME PROCEDURALI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI.

Adunanza del 29/01/2010

Seduta pubblica di prima convocazione.

Per la trattazione dell'oggetto di cui sopra si hanno le seguenti presenze:

PAROLI ADRIANO - Sindaco	Si		
ACRI GIOVANNI FRANCESCO	Si	FERRARI MARIANGELA	Si
AGNELLINI GIORGIO	Si	FORNASARI MARIA CHIARA	Si
ALBINI DONATELLA	Si	FRANCESCONI PIERRAUL	Si
ALIPRANDI GIOVANNI	Si	GAFFURINI LUIGI	Si
BISLERI CARLA	Si	GAGGIA LUIGI	Si
BIZZARO ALESSANDRO	--	GALLIZIOLI NICOLA	Si
BOIFAVA ALDO	--	GHEZZI ANDREA	--
BONETTI ANDREA	Si	MAGONI MAURO	Si
BONOMETTI ELENA	Si	MANZONI FEDERICO	Si
BORDONALI SIMONA	Si	MARTINUZ ALBERTO	Si
BRAGAGLIO CLAUDIO	Si	MUCHETTI VALTER	Si
CANTONI LUCIANO	--	PIOVANELLI ANGELO	Si
CAPRA FABIO	Si	REBECCHI ALDO	--
CASTELLETTI LAURA	--	RECUPERO LUIGI	Si
CHIAPPA CLAUDIO	--	SALVO MARCO	Si
CHIAPPINI SILVANA	--	TACCONI MASSIMO	Si
COSENTINI ALFREDO	Si	TOFFOLI ROBERTO	--
DEL BONO EMILIO	--	TOMA MARCO	Si
FARINA ACHILLE	Si	UNGARI GIUSEPPE	Si
FERRARI GIANBATTISTA	--	VISCONTI GAETANO	--

Sono presenti anche gli Assessori:

ROLFI FABIO - V. Sindaco	Si	MAIONE GIORGIO	--
ARCAI ANDREA	--	MARGAROLI MAURIZIO	Si
BIANCHINI MASSIMO	Si	ORTO NICOLA	Si
DI MEZZA FAUSTO	Si	TAURISANO CLAUDIA	Si
LABOLANI MARIO	Si	VILARDI PAOLA	Si

Presiede il Consigliere BORDONALI SIMONA

Partecipa il Segretario Generale ANDOLINA GIACOMO

OGGETTO: Piano per la localizzazione dei punti di vendita della stampa quotidiana e periodica e norme procedurali per il rilascio delle autorizzazioni.

La Giunta comunale propone al Consiglio l'adozione della sotto riportata deliberazione.

#### Il Consiglio Comunale

##### Premesso:

- che con D.Lgs. 24.4.2001 n. 170 sono stati dettati i principi per la disciplina delle modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica e che tale regolamentazione deve esser adottata da parte dei Comuni, tenuto conto delle direttive regionali, attraverso appositi piani, nei quali siano previsti e disciplinati gli sviluppi futuri del settore e le modalità di rilascio delle autorizzazioni d'esercizio;
- che il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica può avvenire:
  - a) mediante punti di vendita esclusivi subordinatamente al rilascio di autorizzazione;
  - b) mediante punti di vendita non esclusivi subordinatamente al rilascio di autorizzazione;
  - c) in luoghi particolari di vendita per i quali non è prevista alcuna specifica autorizzazione;

##### Precisato:

- che sono punti di vendita esclusivi quelli che, collocati in conformità al piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
- che sono punti di vendita non esclusivi le seguenti tipologie di esercizi che, in aggiunta ad altre merci, possono essere autorizzati alla vendita di soli quotidiani, di soli periodici o di entrambe le tipologie:
  - a) le rivendite di generi di monopolio;

- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a mq. 1500;
  - c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
  - d) le strutture di vendita come definite dall'art.4, c.1 lettere e), f) e g), del D.Lgs.114/1998, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq. 700;
  - e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di mq. 120;
  - f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione;
- che sono altresì punti di vendita non esclusivi gli esercizi che hanno comunicato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della legge 108/1999 mediante la vendita di soli quotidiani o di soli periodici ovvero di quotidiani e periodici;
  - che non è richiesta alcuna autorizzazione:
    - a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
    - b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
    - c) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate dei giornali da esse editi;
    - d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
    - e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
    - f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
    - g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture;

Considerato:

- che l'art. 2 del D.Lgs.170/2001 stabilisce che l'attività di vendita della stampa sia soggetta ad autorizzazione del Comune e, per i punti di vendita esclusivi, il rilascio della stessa debba avvenire previa adozione del Piano di localizzazione ai sensi dell'art. 6 del citato Decreto;

- che, in conformità agli indirizzi regionali approvati con deliberazione del Consiglio Regionale in data 10.7.2002 n. VII/549, i Comuni possono altresì determinare i criteri per il rilascio di autorizzazioni per punti di vendita non esclusivi;
- che il Piano deve garantire un'equilibrata diffusione sul territorio della rete di vendita della stampa;
- che il Piano, di validità biennale, deve prevedere la ricognizione della rete di vendita esistente sul territorio e le prospettive di sviluppo della stessa, in relazione alle caratteristiche del territorio cittadino ed al fabbisogno della popolazione;

Visto il documento di pianificazione e la cartografia in atti predisposti dal Settore Industria e Sportello Unico Attività Produttive;

Sentite in data 3.11.2009 l'Associazione rappresentativa di categoria, i rappresentanti degli editori dei maggiori quotidiani locali e le Associazioni dei Consumatori;

Dato atto che con nota in data 16.11.2009 è stato richiesto il parere ai Consigli circoscrizionali, a'sensi dell'art. 22 del Regolamento per l'organizzazione ed il funzionamento delle circoscrizioni;

Rilevato che i Consigli delle Circoscrizioni Nord, Sud, Ovest, Est e Centro hanno espresso in merito parere favorevole;

Visto il parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica espresso in data 17.11.2009 dal Responsabile del Settore Industria e Sportello Unico attività produttive e dato atto che il presente provvedimento non necessita del parere di regolarità contabile ai sensi dell'art. 49 del testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali approvato con D.Lgs. n. 267/2000;

Dato atto che la commissione consiliare "commercio, economia e lavoro, turismo" ha espresso in data 2.1.2010 parere favorevole in merito al presente provvedimento;

d e l i b e r a

- a) di approvare, per i motivi di cui in premessa, l'allegato "Piano per la localizzazione dei punti di vendita della stampa quotidiana e periodica e norme procedurali per il rilascio delle autorizzazioni;
- b) di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, comma 4, del testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali approvato con D.Lgs. n. 267/2000.

Dato che nessun consigliere chiede la parola il Presidente del Consiglio comunale mette in votazione, con sistema di rilevazione elettronica palese, la proposta di cui sopra che viene approvata all'unanimità.

Pertanto il Presidente proclama il risultato della votazione ed il Consiglio comunale

d e l i b e r a

di approvare, per i motivi di cui in premessa, l'allegato "Piano per la localizzazione dei punti di vendita della stampa quotidiana e periodica e norme procedurali per il rilascio delle autorizzazioni.

Il Presidente del Consiglio mette poi in votazione, con il sistema di rilevazione elettronica palese, la proposta di dichiarare il provvedimento di cui sopra immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, comma 4, del testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali approvato con D.Lgs. n. 267/2000.

Il Consiglio approva all'unanimità. Si dà atto che, pur presenti in aula, non hanno preso parte alla votazione i consiglieri Bragaglio e Ungari.

Indi il Presidente del Consiglio ne proclama l'esito.

PIANO PER LA LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI DI VENDITA DELLA  
STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA E NORME PROCEDURALI PER IL  
RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI.

## **1. PRINCIPI GENERALI**

### **1. Finalità del Piano.**

1. Il presente Piano disciplina, in conformità al D.Lgs. 24 aprile 2001 n. 170, la localizzazione dei punti di vendita della stampa quotidiana e periodica e le procedure autorizzatorie in materia.

### **2. Modalità di vendita.**

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica può avvenire:

- a) mediante punti di vendita esclusivi subordinatamente al rilascio di autorizzazione;
- b) mediante punti di vendita non esclusivi subordinatamente al rilascio di autorizzazione;
- c) in luoghi particolari di vendita, definiti dall'art. 3 del D.Lgs. 170/2001, per i quali non è prevista alcuna specifica autorizzazione.

2. Sono punti di vendita esclusivi quelli che, collocati in conformità al piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici.

I punti di vendita esclusivi possono destinare una parte della superficie di vendita risultante dall'autorizzazione, in misura non superiore al 30%, alla commercializzazione di prodotti diversi da quelli editoriali limitatamente ai pastigliaggi ed ai prodotti del settore non alimentare.

L'attività di vendita in forma esclusiva deve essere effettuata con modalità ed in locali separati rispetto ad altre eventuali attività commerciali e di servizi ad essa contigui, salvo che si tratti di attività di vendita

esclusive già autorizzate alla data di entrata in vigore del D.Lgs. 24 aprile 2001 n. 170 e svolte insieme ad altre attività nei medesimi locali, nel rispetto delle norme edilizie ed igienico-sanitarie.

3. Sono punti di vendita non esclusivi le seguenti tipologie di esercizi che, in aggiunta ad altre merci, possono essere autorizzati alla vendita di soli quotidiani, di soli periodici o di entrambe le tipologie:

- a) le rivendite di generi di monopolio;
- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a mq. 1500;
- c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
- d) le strutture di vendita come definite dall'art. 4, c. 1 lettere e), f) e g), del D.Lgs.114/1998, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq. 700;
- e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di mq. 120;
- f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

Sono altresì punti di vendita non esclusivi gli esercizi che hanno comunicato la sperimentazione ai sensi dell'art.1 della legge 108/1999 mediante la vendita di soli quotidiani o di soli periodici ovvero di quotidiani e periodici.

Per tali ultimi punti di vendita l'autorizzazione è rilasciata di diritto.

4. Con riferimento al comma 1 punto c) del presente articolo, non è richiesta alcuna autorizzazione:

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
- c) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate dei giornali da esse editi;
- d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
- e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante, nell'ambito del territorio comunale, da parte degli editori, distributori ed edicolanti;

- f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
- g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

### **3. Pianificazione biennale dei punti vendita.**

1. L'art. 6 del D.Lgs. 170/2001 prevede che i Comuni adottino un Piano di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, da intendersi quali esercizi tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici, sulla base degli indirizzi stabiliti dalla Regione.

2. Il Piano prevede la ricognizione della rete di vendita esistente sul territorio e le prospettive di sviluppo della stessa, in relazione alle caratteristiche del territorio cittadino ed al fabbisogno della popolazione.

3. In assenza del Piano non possono essere rilasciate nuove autorizzazioni per la vendita.

4. Il Piano tiene conto delle caratteristiche urbanistiche e sociali del territorio e delle peculiarità del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica.

In particolare sono tenuti in considerazione i seguenti parametri:

- rapporto tra la popolazione residente ed i punti vendita esistenti;
- rapporto tra il numero delle famiglie ed i punti di vendita esistenti.

Il presente Piano ha durata biennale e può essere modificato qualora emergano ulteriori esigenze con riferimento al fabbisogno del territorio cittadino.

## **2. CARATTERISTICHE DEL TERRITORIO E DELLA POPOLAZIONE,**

**1. Caratteristiche del territorio del Comune e statistiche demografiche** (Fonte:elaborazioni a cura dell'Unità di Staff Statistica - Uff. di Diffusione dell'Informazione Statistica).

1. Il territorio del Comune di Brescia si sviluppa su una superficie territoriale di Km<sup>2</sup>. 90,68 con un'estensione nord-sud di km. 11 ed un'estensione est-ovest di km. 11,5.

2. Sul territorio sono ubicate strade urbane per 511 km, strade comunali extraurbane per km. 12 e strade vicinali per km. 60.

3. Il territorio si articola in cinque Circoscrizioni, all'interno delle quali la popolazione residente è così suddivisa (dati al 31.12.2008):

Popolazione residente al 31.12.2008 (suddivisa per fasce di età)

Circ.ni	Sesso	Da 0 a 4 anni	Da 05 a 9 anni	Da 10 a 14 anni	Da 15 a 19 anni	Da 20 a 24 anni	Da 25 a 29 anni	Da 30 a 34 anni	Da 35 a 39 anni	Da 40 a 44 anni	Da 45 a 49 anni	Da 50 a 54 anni	Da 55 a 59 anni	Da 60 a 64 anni	Da 65 a 69 anni	Da 70 a 74 anni	Da 75 a 79 anni	Da 80 a 84 anni	Da 85 a 89 anni	Da 90 a 94 anni	95 anni e piu'	TOT.
NORD	F	829	775	798	838	850	1020	1265	1454	1664	1590	1422	1361	1611	1617	1602	1460	1166	740	307	137	22506
	M	865	885	834	920	890	1060	1365	1564	1530	1467	1254	1118	1246	1297	1145	946	612	300	68	28	19394
<b>TOTALE NORD</b>		<b>1694</b>	<b>1660</b>	<b>1632</b>	<b>1758</b>	<b>1740</b>	<b>2080</b>	<b>2630</b>	<b>3018</b>	<b>3194</b>	<b>3057</b>	<b>2676</b>	<b>2479</b>	<b>2857</b>	<b>2914</b>	<b>2747</b>	<b>2406</b>	<b>1778</b>	<b>1040</b>	<b>375</b>	<b>165</b>	<b>41900</b>
EST	F	625	702	784	718	704	712	872	1089	1294	1211	1104	1057	1079	936	752	594	422	254	98	38	15045
	M	635	743	788	831	787	758	939	1069	1215	1113	1078	949	1042	862	646	427	213	105	23	7	14230
<b>TOTALE EST</b>		<b>1260</b>	<b>1445</b>	<b>1572</b>	<b>1549</b>	<b>1491</b>	<b>1470</b>	<b>1811</b>	<b>2158</b>	<b>2509</b>	<b>2324</b>	<b>2182</b>	<b>2006</b>	<b>2121</b>	<b>1798</b>	<b>1398</b>	<b>1021</b>	<b>635</b>	<b>359</b>	<b>121</b>	<b>45</b>	<b>29275</b>
SUD	F	1081	960	853	874	912	1214	1499	1749	1795	1595	1327	1408	1513	1522	1399	1200	1013	569	241	66	22790
	M	1107	1017	912	992	982	1142	1516	1890	1957	1647	1232	1159	1292	1250	1075	774	504	266	55	16	20785
<b>TOTALE SUD</b>		<b>2188</b>	<b>1977</b>	<b>1765</b>	<b>1866</b>	<b>1894</b>	<b>2356</b>	<b>3015</b>	<b>3639</b>	<b>3752</b>	<b>3242</b>	<b>2559</b>	<b>2567</b>	<b>2805</b>	<b>2772</b>	<b>2474</b>	<b>1974</b>	<b>1517</b>	<b>835</b>	<b>296</b>	<b>82</b>	<b>43575</b>
OVEST	F	915	877	830	864	771	959	1183	1456	1609	1484	1310	1228	1321	1409	1346	1210	1002	609	214	71	20668
	M	909	860	904	940	910	985	1329	1652	1644	1523	1233	1119	1085	1162	977	734	508	272	56	10	18812
<b>TOTALE OVEST</b>		<b>1824</b>	<b>1737</b>	<b>1734</b>	<b>1804</b>	<b>1681</b>	<b>1944</b>	<b>2512</b>	<b>3108</b>	<b>3253</b>	<b>3007</b>	<b>2543</b>	<b>2347</b>	<b>2406</b>	<b>2571</b>	<b>2323</b>	<b>1944</b>	<b>1510</b>	<b>881</b>	<b>270</b>	<b>81</b>	<b>39480</b>
CENTRO	F	895	801	752	790	866	1104	1525	1617	1758	1524	1368	1196	1171	1175	1139	1205	1135	858	309	140	21328
	M	988	894	832	851	877	1168	1670	1805	1749	1589	1234	1044	983	845	772	687	523	304	71	20	18906
<b>TOTALE CENTRO</b>		<b>1883</b>	<b>1695</b>	<b>1584</b>	<b>1641</b>	<b>1743</b>	<b>2272</b>	<b>3195</b>	<b>3422</b>	<b>3507</b>	<b>3113</b>	<b>2602</b>	<b>2240</b>	<b>2154</b>	<b>2020</b>	<b>1911</b>	<b>1892</b>	<b>1658</b>	<b>1162</b>	<b>380</b>	<b>160</b>	<b>40234</b>
<b>CIRC.NI</b>		<b>8849</b>	<b>8514</b>	<b>8287</b>	<b>8618</b>	<b>8549</b>	<b>10122</b>	<b>13163</b>	<b>15345</b>	<b>16215</b>	<b>14743</b>	<b>12562</b>	<b>11639</b>	<b>12343</b>	<b>12075</b>	<b>10853</b>	<b>9237</b>	<b>7098</b>	<b>4277</b>	<b>1442</b>	<b>533</b>	<b>194464</b>

La popolazione residente è dettagliata a livello di quartiere:

CIRC.	QUARTIERE	Femmine	Maschi	Totale
NORD	Borgo Trento	3852	3217	7069
	S. Bartolomeo	2758	2396	5154
	Casazza	1543	1409	2952
	Mompiano	4239	3494	7733
	S. Eustacchio	4577	4019	8596
	S. Rocchino	3290	2838	6128
	Vill. Prealpino	2247	2021	4268
<b>TOTALE NORD</b>		<b>22506</b>	<b>19394</b>	<b>41900</b>
EST	Buffalora	1002	907	1909
	S. Eufemia	1644	1446	3090
	S. Polo	11101	10672	21773
	Caionvico	1298	1205	2503
<b>TOTALE EST</b>		<b>15045</b>	<b>14230</b>	<b>29275</b>
SUD	Don Bosco	2971	2760	5731
	Folzano	895	886	1781
	Fornaci	1459	1352	2811
	Lamarmora	4735	4200	8935
	Porta Cremona	6288	5637	11925
	Chiesanuova	3400	3248	6648
	Vill. Sereno	3042	2702	5744
<b>TOTALE SUD</b>		<b>22790</b>	<b>20785</b>	<b>43575</b>
OVEST	Chiusure	4842	4415	9257
	Urago Mella	5453	4767	10220
	Fiumicello	4192	3962	8154
	Primo Maggio	1784	1647	3431
	Vill. Badia	2407	2192	4599
	Vill. Violino	1990	1829	3819
<b>TOTALE OVEST</b>		<b>20668</b>	<b>18812</b>	<b>39480</b>
CENTRO	Brescia antica	4289	3745	8034
	Centro storico nord	2994	3148	6142
	Porta Milano	1909	1672	3581
	Porta Venezia	5695	4874	10569
	Centro storico sud	3659	3279	6938
	Crocefissa di Rosa	2782	2188	4970
<b>TOTALE CENTRO</b>		<b>21328</b>	<b>18906</b>	<b>40234</b>
<b>TOTALE CITTA'</b>		<b>102338</b>	<b>92126</b>	<b>194464</b>

4. Le famiglie residenti al 31.12.2008 sono così distribuite per Circoscrizione:

CIRCOSCRIZIONI	TOTALE
NORD	20055
EST	12296
SUD	20326
OVEST	18156
CENTRO	20811
<b>TOTALE</b>	<b>91644</b>

Per quanto riguarda la mobilità, il sistema di trasporto urbano conta n. 18 linee e l'ambito territoriale di competenza comprende, oltre la città, anche 14 comuni contermini.

### 3. RILIEVO DELLA RETE DI VENDITA ESISTENTE

#### 1. Attuale presenza di punti di vendita esclusivi e non esclusivi sul territorio comunale.

1. La verifica circa la situazione esistente con riferimento alle autorizzazioni rilasciate per i punti di vendita esclusivi e non esclusivi è stata fatta per ambiti circoscrizionali e per quartiere ed ha portato al seguente risultato:

CIRC.	QUARTIERE	Autorizzazioni punti di vendita esclusivi	Autorizzazioni p. vendita non esclusivi attivi
NORD	Borgo Trento	2	1
	S. Bartolomeo	2	1
	Casazza	2	0
	Mompiano	3	0
	S. Eustacchio	8	1
	S. Rocchino	4	3
	Vill. Prealpino	2	0
<b>TOTALE NORD</b>		<b>23</b>	<b>6</b>
EST	Buffalora- Bettole	1	1
	S. Eufemia	2	0
	S. Polo-S Polino	7	3
	Caionvico	0	0
<b>TOTALE EST</b>		<b>10</b>	<b>4</b>
SUD	Don Bosco	2	2
	Folzano	1	0
	Fornaci	1	1

	Lamarmora	6	2
	Porta Cremona	5	4
	Chiesanuova	1	1
	Vill. Sereno	2	0
<b>TOTALE SUD</b>		<b>18</b>	<b>10</b>
OVEST	Chiusure	4	1
	Urago Mella	3	0
	Fiumicello	2	1
	Primo Maggio	1	1
	Vill. Badia	2	0
	Vill. Violino	1	1
<b>TOTALE OVEST</b>		<b>13</b>	<b>4</b>
CENTRO	Brescia antica	14	0
	Centro storico nord	7	1
	Porta Milano	3	1
	Porta Venezia	6	1
	Centro storico sud	14	1
	Crocefissa di Rosa	3	1
<b>TOTALE CENTRO</b>		<b>47</b>	<b>5</b>
<b>TOTALE CITTA'</b>		<b>111*</b>	<b>29</b>

\*di cui 2 depositate

## 2. Andamento delle vendite della stampa.

1. In assenza di dati sulle vendite a livello locale, si ritiene utile rappresentare l'evoluzione delle vendite della stampa a livello nazionale.

A tale riguardo, si riportano in estratto i dati statistici contenuti nel Rapporto annuale La Stampa in Italia a cura della Federazione Italiana Editori giornali (FIEG)

<b>EVOLUZIONE VENDITE MEDIE GIORNALIERE PER CATEGORIE DI QUOTIDIANI (2006 - 2007 - 2008)</b>
--------------------------------------------------------------------------------------------------

Classi di informazione	Media Copie Vendute 2006	Media Copie Vendute 2007	% Var.	Media Copie Vendute 2008	% Var.
<b>Evoluzione complessiva</b>					
PROVINCIALI	598.977	596.600	-0,4	592.207	-0,7
REGIONALI	516.590	519.735	0,6	517.325	-0,5
PLURIREGIONALI	619.857	604.127	-2,5	597.627	-1,1
NAZIONALI	1.497.619	1.470.252	-1,8	1.440.349	-2,0
ECONOMICI	436.275	432.887	-0,8	417.095	-3,7
ALTRI	1.504	1.412	-6,1	1.542	9,2
POLITICI	63.142	56.411	-10,7	51.742	-8,3
<b>Totale</b>	<b>3.733.964</b>	<b>3.681.424</b>	<b>-1,4</b>	<b>3.617.887</b>	<b>-1,7</b>

Fonte: elaborazione Fieg su dati forniti da 60 testate quotidiane

<b>PERIODICI. COPIE DISTRIBUITE E VENDUTE IN EDICOLA IN RAGIONE DI ANNO</b>					
	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>% Var.</b>	<b>2007</b>	<b>% Var.</b>
Copie complessive distribuite nell'anno	1.655.830.216	1.699.046.626	2,6	1.593.657.960	-6,2
Copie complessive vendute nell'anno	960.898.209	968.988.305	0,8	905.690.256	-6,5

Fonte: Tradelab

In sintesi le indicazioni che emergono dall'analisi del Rapporto Fieg sull'andamento economico e produttivo dell'editoria giornalistica nel biennio 2007-2008 non offrono un quadro positivo sullo stato del settore.

Sul piano diffusionale il mercato è in fase di ripiegamento in tutte le sue componenti (quotidiani e periodici) e sul piano pubblicitario vi è una diminuzione degli investimenti.

Le imprese editrici risentono indubbiamente del contesto economico nazionale e mondiale di grande criticità e di calo dei consumi destinato a perdurare.

Numerosi sono gli interventi proposti al fine di dare slancio e sviluppo a questo delicato settore, per stimolare gli investimenti in innovazioni di processo e prodotto, per migliorare l'efficienza del sistema distributivo e per stimolare la crescita della domanda di prodotti editoriali attraverso la promozione della lettura nelle scuole e nelle famiglie.

#### **4. CRITERI DI LOCALIZZAZIONE E SVILUPPO**

##### **1. Finalità**

La programmazione comunale dei punti vendita esclusivi e non esclusivi intende perseguire le seguenti finalità:

- equilibrare il sistema di vendita esistente con attenzione all'adeguatezza della rete rispetto ad andamenti demografici, nuovi insediamenti residenziali, dinamiche dei consumi e flussi turistici;
- qualificare e sviluppare una migliore funzionalità della rete di vendita in funzione del miglioramento del servizio da rendere al consumatore;
- incrementare la distribuzione nelle zone carenti di servizio;

- sviluppare nuove funzioni della rete di vendita, al fine della promozione turistica e culturale del territorio (es. divulgazione delle iniziative comunali).

Nell'approccio al tema l'Amministrazione, sentite le Circoscrizioni per le esigenze del territorio circoscrizionale, valorizza il confronto con le Associazioni di categoria degli esercenti, con gli editori locali e con le Associazioni dei consumatori.

A fronte dell'individuazione di aree totalmente prive di punti vendita, si procederà ad individuare un termine per consentire il trasferimento di punti vendita già esistenti, prima di precedere alla pubblicazione dei bandi per l'assegnazione di nuove autorizzazioni.

## **2. Rapporto tra popolazione/famiglie e punti di vendita esclusivi esistenti**

1. La D.C.R. 10.7.2002 n. VII/549 definisce il criterio per l'individuazione dei margini di incremento della rete di vendita, mediante l'attribuzione di un punteggio basato sul rapporto tra popolazione/famiglie e punti di vendita esclusivi esistenti.

2. In particolare i Comuni capoluogo di provincia possono incrementare la rete di vendita del 10% se, in base ai seguenti parametri, è raggiunto un punteggio minimo pari a punti 1,50:

### Rapporto tra popolazione e punti di vendita esclusivi esistenti

Da 0 a 1000 residenti per punto vendita: punti 0,25  
Da 1001 a 2000 residenti per punto vendita: punti 0,50  
Da 2001 a 3000 residenti per punto vendita: punti 0,75  
Oltre 3000 residenti per punto vendita: punti 1

### Rapporto tra famiglie e punti di vendita esclusivi esistenti

Da 0 a 700 numero famiglie per punto vendita: punti 0,25  
Da 701 a 800 numero famiglie per punto vendita: punti 0,50  
Da 801 a 900 numero famiglie per punto vendita: punti 0,75  
Oltre 900 numero famiglie per punto vendita: punti 1

3. Secondo gli indirizzi regionali sono considerati nel rapporto anche i punti di vendita non esclusivi, equiparando cinque punti vendita non esclusivi ad un punto di vendita esclusivo e tre punti di vendita non esclusivi ad un punto di vendita esclusivo quando gli stessi siano inseriti in una media o grande struttura di vendita.

Sempre secondo gli indirizzi regionali, i predetti rapporti possono essere definiti anche per Circoscrizioni amministrative, come segue:.

Circ.	Popolaz . Residen te	Punti vendita esclusi vi	Punti non esclusi vi attivi	N. Resid. per p.vendi ta	Punt .	Famigli e residen ti	N. famigli e per p. vendita	Punt.	<b>TOTALE PUNTEG GIO</b>
CENTRO	40234	47 (+1)	4+1 msv	838	0,25	20811	434	0,25	0,50
EST	29275	10 (+1)	3+1 msv	2661	0,75	12296	1117	1	1,75
NORD	41900	23 (+1)	3+3 msv	1746	0,50	20055	836	0,75	1,25
OVEST	39480	13 (+1)	3+1 msv	2820	0,75	18156	1296	1	1,75
SUD	43575	18 (+2)	6+4 msv	2178	0,75	20326	1016	1	1,75
TOT.	194464	111	29						

### 3. Possibilità di sviluppo della rete

1. Dai rapporti sopra indicati deriva la seguente possibilità di sviluppo della rete:

Circoscrizione	Punteggio totale	Numero di punti vendita esclusivi esistenti	Quota del 10% di potenziale sviluppo
CENTRO	0,50	47	---
EST	1,75	10	<b>1</b>
NORD	<b>1,25</b>	<b>23</b>	---
OVEST	<b>1,75</b>	13	<b>1,3</b>
SUD	<b>1,75</b>	<b>18</b>	<b>1,8</b>
TOT.			4,1

2. Si ritiene che la previsione di sviluppo della rete di vendita possa valere come criterio per la possibilità di una migliore distribuzione dell'attuale assetto mediante alcuni trasferimenti di attività già aperte.

Puntare in via preliminare ad una migliore distribuzione della rete già esistente consente anche di ridurre l'impatto delle occupazioni di suolo pubblico dei numerosi chioschi per la vendita della stampa (edicole).

I trasferimenti delle attività già esistenti non possono essere imposti ma derivano dalla scelta del singolo operatore che, in una logica imprenditoriale, è ovviamente attratto dalle aree della città ove i volumi di vendita (anche per l'assenza di altri operatori) possono essere remunerativi.

Nelle conclusioni in merito allo sviluppo, nel biennio, della rete, va pertanto prevista l'apertura di nuovi punti vendita, esclusivi o non esclusivi, tenendo in considerazione il bacino di collocazione; difficilmente un nuovo punto vendita esclusivo potrebbe sopravvivere in contesti di domanda scarsa.

In tali ultimi contesti risulterà più appropriata la realizzazione di punti vendita non esclusivi, nell'ambito di attività già

operanti in altro settore merceologico che chiedono di vendere anche giornali e riviste.

#### 4. Sviluppo dei punti di vendita.

1. Dall'analisi sopra esposta emerge a livello di singole Circoscrizioni, il mancato raggiungimento per le Circoscrizioni Centro e Nord del punteggio minimo di 1,50 previsto dalla D.C.R. 10.7.2002 n. VII/549, punteggio che consente al Comune di prevedere l'apertura di nuovi punti di vendita esclusivi.

La presenza di n. 47 punti vendita esclusivi nella Circoscrizione Centro della città risulta comunque giustificata dalle peculiarità dell'area territoriale in questione, che rappresenta importante polo del commercio al minuto, di presenza di uffici pubblici, di appuntamenti culturali (teatro, cinema, mostre, edifici monumentali), dell'istruzione, degli affari.

2. Circa le caratteristiche dei punti di vendita, risulta chiara la preferenza per i "chioschi" rispetto alla forma del "negoziato". Il chiosco per sua struttura rappresenta una soluzione caratterizzata da maggiore visibilità sul territorio. La forma di chiosco caratterizza tradizionalmente i punti di vendita della stampa e ben si inserisce nel contesto urbano, purchè i chioschi siano oggetto di rinnovo ed adeguamento strutturale secondo le indicazioni degli uffici del Comune.

3. Da una valutazione complessiva si ritiene che alcuni trasferimenti di punti vendita esistenti renderebbero più uniforme sul territorio la presenza di tali attività, con conseguente miglioramento dell'offerta ai consumatori.

4. Per il biennio di durata del presente Piano, si ritiene pertanto di prevedere l'apertura di nuovi punti di vendita "esclusivi", localizzati rispettivamente all'interno dei seguenti quartieri:

Circoscrizione	Quartiere	Nuovi punti vend. escl.
EST	San Polo- S. Polino	1
OVEST	Fiumicello/1°Maggio	1
SUD	Chiesanuova	1

Una più omogenea distribuzione complessiva dei punti di vendita, con particolare riferimento alle altre aree attualmente meno coperte, potrà essere ottenuta, in via principale, mediante trasferimenti di sede dei punti di vendita esistenti ai sensi ed in subordine con le procedure di cui alle norme concorsuali di cui al successivo punto 5.

Per i nuovi punti vendita esclusivi verrà pubblicato un bando di assegnazione solo decorsi 180 giorni dall'approvazione del

presente Piano senza che sia stata presentata alcuna domanda di trasferimento, all'interno del Quartiere, da parte di attività già esistente su altra parte del territorio cittadino o che comunque non siano stati autorizzati nuovi punti vendita non esclusivi.

5. A tale proposito periodici confronti con l'Associazione di categoria avranno l'obiettivo di stimolare e coordinare tali trasferimenti.

I trasferimenti di sede dei punti vendita rappresentano anche l'occasione per il rinnovo strutturale degli stessi al fine di adeguarli al contesto estetico dei luoghi.

## **5. Punti vendita non esclusivi**

1. I punti vendita "non esclusivi" attivi risultano essere n. 29 collegati alle seguenti attività:

Tipologia esercizio	N. autorizzazioni	Tipologia
Pubblici esercizi (Bar)	7	Quotidiani
Rivendite carburante	4	"
Riv. generi monopolio	6	Quot./periodici
Medie str.vendita	10	Quot./periodici
Luoghi part.(ospedali)	2	" "

Tali punti costituiscono un importante elemento integrativo dei punti di vendita esclusivi. Tali autorizzazioni sono state rilasciate ai soggetti che avevano partecipato alla sperimentazione ai sensi della legge 108/1999.

La realizzazione di nuovi punti di vendita esclusivi consente di dare immediata risposta ad esigenze di alcune zone ove vi è scarsa diffusione di punti vendita e per le quali sono finora pervenute le richieste degli operatori (circa 15 richieste nel precedente biennio).

I punti vendita non esclusivi nell'ambito di attività commerciali già esistenti consentono di incrementare l'offerta e la disponibilità di mezzi di informazione al fine di conseguire l'interesse pubblico per una sempre più capillare diffusione della stampa quotidiana e periodica.

## **5. NORME PROCEDURALI**

### **Art.1 - Modalità di vendita.**

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica può avvenire:
  - a) mediante punti di vendita esclusivi subordinatamente al rilascio di autorizzazione;
  - b) mediante punti di vendita non esclusivi subordinatamente al rilascio di autorizzazione;

c) in luoghi particolari di vendita, definiti dall'art. 3 del D.Lgs.170/2001, per i quali non è prevista alcuna specifica autorizzazione.

2. I punti vendita esclusivi di cui al punto 1 a) sono articolati nelle seguenti tipologie:

- chioschi destinati alla sola attività di vendita giornali e riviste e di altri prodotti editoriali. Trattasi di punti vendita, situati su area pubblica in spazi appositamente previsti dal Comune, destinati a qualificare una zona urbana;
- rivendite: esercizi in cui l'attività di vendita di giornali e riviste viene svolta in locali privati con destinazione d'uso commerciale

3. Per punti di vendita esclusivi si intendono quelli che, collocati in conformità al piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici, nonché quelli già autorizzati ai sensi dell'art. 14 della legge 416/1981. I punti di vendita esclusivi possono destinare una parte della superficie di vendita risultante dall'autorizzazione, in misura non superiore al 30%, alla commercializzazione di prodotti diversi da quelli editoriali limitatamente ai pastigliaggi ed ai prodotti del settore non alimentare.

L'attività di vendita in forma esclusiva deve essere effettuata con modalità ed in locali separati rispetto ad altre eventuali attività commerciali e di servizi ad essa contigui, salvo che si tratti di attività di vendita esclusive già autorizzate alla data di entrata in vigore del D.Lgs. 24 aprile 2001 n. 170 e svolte insieme ad altre attività nei medesimi locali, nel rispetto delle norme edilizie ed igienico-sanitarie.

4. Sono punti di vendita non esclusivi le seguenti tipologie di esercizi che, in aggiunta ad altre merci, possono essere autorizzati alla vendita di soli quotidiani, di soli periodici o di entrambe le tipologie:

- a) le rivendite di generi di monopolio;
- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a mq. 1500;
- c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
- d) le strutture di vendita come definite dall'art. 4, c. 1 lettere e), f) e g), del D.Lgs.114/1998, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq. 700;;
- e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di mq. 120;
- f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

Sono altresì punti di vendita non esclusivi gli esercizi che hanno comunicato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della legge 108/1999 mediante la vendita di soli quotidiani o di soli periodici ovvero di quotidiani e periodici.

Per tali ultimi punti di vendita l'autorizzazione è rilasciata di diritto.

4. Con riferimento al comma 1, punto c), del presente articolo, non è richiesta alcuna autorizzazione:

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

## **Art.2 - Rilascio delle autorizzazioni per punti vendita esclusivi.**

1. Fatte salve le autorizzazioni già rilasciate per i punti di vendita esclusivi e non esclusivi, il rilascio di autorizzazioni per nuovi punti vendita esclusivi è subordinato allo svolgimento di bandi pubblicati in relazione alle aree di sviluppo della rete di vendita eventualmente individuate in sede di Piano biennale di localizzazione dei punti di vendita.

2. L'istanza per la partecipazione ai bandi deve contenere:

- a) generalità/denominazione e sede del richiedente, generalità del legale rappresentante;
- b) ubicazione dell'esercizio proposto con la specifica dell'indirizzo, della superficie di vendita e delle caratteristiche (l'ubicazione proposta deve essere compresa all'interno delle aree di sviluppo della rete di vendita eventualmente individuate dal Piano);
- c) l'impegno al rispetto dei Regolamenti edilizi, di igiene e di polizia urbana, degli strumenti urbanistici e delle norme urbanistico-edilizie;
- d) la dichiarazione circa il possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del D.Lgs.114/1998 (requisiti per l'accesso all'attività commerciale);

- e) la dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 1, c. 1 lett. d bis) numeri 4), 5), 6) e 7) della legge 108/1999, disposizioni relative a:
- parità di trattamento nei confronti delle diverse testate;
  - assenza di variazioni del prezzo di vendita;
  - parità di condizioni economiche e modalità di vendita;
  - adeguatezza degli spazi destinati alla vendita.

All'istanza deve essere allegata la planimetria dei locali in scala 1:100, con la specifica degli spazi destinati alla vendita della stampa quotidiana e periodica, oltre ad altra eventuale documentazione specificata nel bando.

3. Negli eventuali bandi per l'assegnazione di nuovi punti di vendita viene applicato il criterio di scelta della maggiore qualità progettuale dell'intervento, con riguardo agli aspetti estetici, architettonici, funzionali e dei servizi offerti al pubblico (a titolo esemplificativo ampiezza ed accessibilità dei locali di vendita, servizi integrativi offerti, varietà della stampa oggetto di vendita); tali aspetti sono valutati da un'apposita Commissione nominata dalla Giunta comunale.

4. Espletata la procedura del bando ed individuato l'assegnatario del nuovo punto di vendita, viene rilasciata l'autorizzazione subordinatamente alla dimostrazione della disponibilità dei locali.

Nel caso in cui il punto di vendita oggetto di bando debba avere le caratteristiche di chiosco, il rilascio dell'autorizzazione dopo l'espletamento delle procedure di bando è subordinato all'approvazione da parte del Comune di specifico progetto di realizzazione.

### **Art. 3 Autorizzazioni per punti vendita non esclusivi**

1. Il rilascio di autorizzazioni per le rivendite di giornali e riviste non esclusive è riservato alle attività di cui all'art. 1 punto 4 ed è consentito in tutte le zone con esclusione del Centro storico (come individuato dallo strumento urbanistico come Zona 'A' e disposto con deliberazione G.C. 16.5.2008 n. 482/23830 P.G.) ove è già presente una soddisfacente rete di servizio.

Il richiedente l'autorizzazione per punto vendita non esclusivo dovrà allegare alla richiesta una sintetica relazione evidenziando le eventuali carenze della zona o necessità di ampliamento dell'offerta, con indicazione delle attività di vendita della stampa di quotidiani e periodici già presenti nelle vicinanze (indicativamente nel raggio di 200 mt.). La domanda verrà valutata, sentito il parere della Circoscrizione di appartenenza, in rapporto ai punti vendita di quotidiani e periodici già esistenti nel quartiere, alla presenza di nuovi insediamenti residenziali o edifici pubblici ed alle effettive esigenze della zona.

**Art.4 - Inizio attività - Sospensione - Revoca - Rinuncia con cessazione.**

1. L'attività relativa ad un nuovo punto di vendita deve essere iniziata entro un anno dalla data di rilascio dell'autorizzazione successivamente all'espletamento della procedura di bando, salvo proroga nel caso di comprovata necessità adeguatamente documentata o nel caso in cui il ritardo sia legato alle procedure amministrative autorizzatorie in corso.

2. L'attività può essere sospesa per un periodo non superiore ad un anno, previa comunicazione al Settore Industria e Sportello Unico attività produttive.

3. Si applica la revoca dell'autorizzazione nei casi di:

- mancata attivazione dell'attività entro il termine di cui al comma 1;
- sospensione oltre i termini di cui al comma 2;
- perdita dei requisiti di cui all'art. 5 del D.Lgs.114/1998.

4. L'autorizzazione rilasciata può essere oggetto di rinuncia con conseguente cessazione dell'attività.

La rinuncia deve essere comunicata al Settore Industria e Sportello Unico attività produttive con deposito dell'autorizzazione.

**Art.5 - Subingresso nell'attività.**

1. Il trasferimento della gestione e della titolarità di un punto di vendita per atto tra vivi o per causa di morte comporta la voltura all'avente causa dell'autorizzazione relativa al punto vendita stesso, sempre che sia provato l'effettivo trasferimento dell'attività e il subentrante sia in possesso dei requisiti di cui agli art. 5 del D.Lgs.114/1999.

2. L'effettivo trasferimento per atto tra vivi è comprovato da atto pubblico o scrittura privata con firme autenticate, che devono essere allegati alla comunicazione di cui al comma 3.

3. Il subingresso nella titolarità o nella gestione è soggetto a comunicazione al Settore Industria e Sportello Unico attività produttive e determina la voltura dell'autorizzazione nei confronti del subentrante. Il possesso dei requisiti deve essere dichiarato, in forma di autocertificazione nella predetta comunicazione.

La comunicazione di cui al presente comma deve avvenire prima dell'inizio dell'attività del subentrante e deve essere presentata entro 180 giorni dall'atto di trasferimento o dalla morte del dante causa.

4. Il subentrante deve essere da subito in possesso dei requisiti morali dichiarati mediante autocertificazione.

5. Qualora venga accertato che l'attività viene esercitata dal subentrante senza la preventiva comunicazione di subingresso, il Comune dispone la sospensione dell'attività.

6. Nel caso di incompletezza della comunicazione di cui al comma 3, il Settore Industria e Sportello Unico attività produttive ne dà avviso all'interessato con invito ad integrare la comunicazione degli elementi mancanti.

Sino al perfezionamento della comunicazione il subentrante non può iniziare l'attività.

7. Nel caso di trasferimento in proprietà dell'azienda avente ad oggetto l'attività di punto vendita non esclusivo, tale attività non può essere ceduta separatamente dall'attività primaria o prevalente dell'esercizio in base al quale è stata chiesta la relativa autorizzazione.

E' consentito il trasferimento in gestione dell'attività di vendita della stampa quotidiana o periodica anche separatamente dall'attività primaria, a condizione che venga svolta nei medesimi locali.

#### **Art.6 - Ampliamento.**

1. L'ampliamento del punto di vendita è soggetto a preventiva comunicazione da presentare o spedire mediante raccomandata al Settore Industria e Sportello Unico attività produttive, nella quale il soggetto interessato:

- dichiara la superficie di ampliamento allegando planimetria;
- si impegna al rispetto dei Regolamenti edilizi, di igiene e di polizia urbana, degli strumenti urbanistici e delle norme urbanistico-edilizie.

2. L'ampliamento può essere effettuato decorsi 30 giorni dal ricevimento della comunicazione da parte del Settore Industria e Sportello Unico attività produttive.

3. Realizzato l'ampliamento segue l'autorizzazione integrativa con la specifica della nuova superficie.

#### **Art.7 - Trasferimento di sede del punto di vendita esclusivo e non esclusivo**

1. Il trasferimento di sede di un punto di vendita esistente in altra parte del territorio cittadino, nelle zone individuate dal presente piano risultate carenti di tale servizio, o successivamente a seguito di cessazione di altro punto vendita, è

subordinato alla presentazione di comunicazione al Settore Industria e Sportello Unico attività produttive.

Il richiedente non deve indicare il possesso dei requisiti morali, in quanto tale aspetto è già stato verificato al momento del rilascio della precedente autorizzazione.

La comunicazione deve specificare:

- a) cognome, nome, luogo e data di nascita, residenza del richiedente; per le società la denominazione o la ragione sociale, la sede legale, le generalità del legale rappresentante;
- b) ubicazione dell'esercizio proposto con la specifica dell'indirizzo, della superficie di vendita e delle caratteristiche;
- c) l'impegno al rispetto dei Regolamenti edilizi, di igiene e di polizia urbana, degli strumenti urbanistici e delle norme urbanistico-edilizie.

Alla comunicazione deve essere allegata la planimetria dei locali in scala 1:100, con la specifica degli spazi destinati alla vendita della stampa quotidiana e periodica, oltre ad altra eventuale documentazione specificata nel bando emesso per nuovo punto vendita.

2. Il trasferimento di un punto vendita non esclusivo non è consentito se non contestualmente al trasferimento dell'attività prevalente.

Non è ugualmente consentito il trasferimento in altra sede della sola attività prevalente, che ha consentito il rilascio dell'autorizzazione per la vendita quale punto vendita non esclusivo, lasciando tale rivendita nella sede attuale.

3. Il trasferimento può essere effettuato decorsi trenta giorni dalla comunicazione, fatta salva la comunicazione di cause ostative da parte del Comune.

4. Realizzato il trasferimento di sede, il Settore Industria e Sportello Unico attività produttive effettuerà la rettifica dell'autorizzazione in possesso del richiedente con la specifica della nuova sede.

5. Verrà data priorità ai trasferimenti motivati da cause che impediscono il mantenimento dell'attività (ad es. nuovi assetti di strade, marciapiedi, aree di sosta, creazione di verde pubblico, realizzazione di opere pubbliche, ecc.).

6. Qualora, a seguito di interventi di rilevante valenza urbanistica, vengano realizzate nuove aree residenziali o commerciali, il Comune può subordinare il trasferimento in tali aree di punti vendita già esistenti all'espletamento di procedure concorsuali, secondo i principi e le modalità di cui all'art. 2, qualora pervengano più domande di trasferimento.

#### **Art.8 - Sanzioni.**

1. Fermo restando le sanzioni previste all'art. 22 del D.Lgs. 114/98, il mancato rispetto delle disposizioni del presente Regolamento comporta l'applicazione di una sanzione da Euro 80,00 a Euro 500,00.

#### **Art. 9 - Norma di rinvio**

Per quanto non previsto valgono le disposizioni di legge in materia nonché le disposizioni di altri piani e regolamenti comunali.