



Città di
MERATE

Comando di Polizia Locale e Protezione Civile

**PIANO DI LOCALIZZAZIONE DELLE RIVENDITE DI
QUOTIDIANI E PERIODICI**

**Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale
n. 5 del 28.02.2007**

I N D I C E

CAPO I - PRINCIPI GENERALI	1
Art. 1 - Aspetti di carattere generale	1
Art. 2 – Obiettivi.....	1
Art. 3 - Ambito di applicazione.....	1
Art. 4 - Definizioni giuridiche	2
CAPO II - AUTORIZZAZIONI	4
Art. 5 – Requisiti soggettivi.....	4
Art. 6 – Autorizzazione punto di vendita esclusivo.....	4
Art. 7 – Autorizzazione di un punto di vendita non esclusivo	5
Art. 8 – Autorizzazione stagionale.....	6
Art. 9 - Vendita su aree pubbliche	6
Art. 10 - Distributori automatici.....	7
Art. 11 - Vendita senza autorizzazione.....	7
Art. 12 - Esposizione dell'autorizzazione.....	8
CAPO III – NORME D'ATTUAZIONE	8
Art. 13 - Norme sanitarie ed urbanistiche	8
Art. 14 - Esercizio della vendita	9
Art. 15 – Distanze minime.....	9
Art. 16 – Subingresso.....	10
Art. 17 – Trasferimento	10
Art. 18 - Ampliamento	11
Art. 19 – Cessazione.....	12
CAPO IV – PIANIFICAZIONE	13
Art. 21 - Metodologia d'indagine	13
Art. 22 - Criteri di elaborazione	13
Art. 23 - Descrizione del territorio comunale	14
Art. 24 – Caratteristiche del territorio.....	14
Art. 25 – Aspetto demografico	15
Art. 26 – I punti di vendita ed abitudini d'acquisto.....	16
Art. 27 – Ipotesi di piano	17
Art. 28 – Pianificazione ed aggiornamento della dinamica del piano	19
CAPO V - SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI.....	19
Art. 29 - Sanzioni.....	19
Art. 30 - Revoca dell'autorizzazione.....	20
Art. 31 – Validità ed informazione.....	20
Art. 32 - Norma di rinvio.....	21
Art. 33 - Entrata in vigore.....	21
Art. 34 - Abrogazioni	21

CAPO I - PRINCIPI GENERALI

Art. 1 - Aspetti di carattere generale

Il presente piano fissa le norme per la localizzazione dei punti ottimali di vendita di quotidiani e periodici in applicazione della legislazione nazionale in materia e degli indirizzi emanati dalla Regione Lombardia e, per quanto non previsto nei predetti provvedimenti, si applica la disciplina del commercio al dettaglio.

Il piano è basato sulla rilevazione della consistenza dei punti di vendita di quotidiani e periodici esistenti nel Comune, sulla densità della popolazione, sul numero delle famiglie, sulle caratteristiche urbanistiche, economiche e sociali del territorio comunale, nonché sulla presumibile capacità di domanda della popolazione stabilmente residente e fluttuante.

Art. 2 – Obiettivi

A completamento ed integrazione degli obiettivi fissati dalle norme legislative, il presente piano di localizzazione dei punti di vendita di quotidiani e di periodici si propone di realizzare i seguenti obiettivi che costituiscono i criteri fondamentali e l'elemento di interpretazione del piano stesso:

1. articolazione razionale della rete distributiva sul territorio del Comune, tenendo presente gli usi e le consuetudini locali, agevolando l'accesso del consumatore al punto di vendita;
2. incremento della diffusione di quotidiani e periodici, anche attraverso la ristrutturazione e l'ampliamento degli esercizi esistenti;
3. contenimento dei costi di distribuzione e di esercizio delle rivendite.

Art. 3 - Ambito di applicazione

Il piano disciplina in tutto il territorio comunale l'attività di vendita di quotidiani e periodici in qualunque modo esercitata.

Tale attività comprende la vendita al pubblico delle pubblicazioni aventi la cadenza temporale dei quotidiani e periodici, di tutti quei

prodotti di tipo editoriale che hanno una regolare autorizzazione, come edizione periodica, dal competente Tribunale.

Art. 4 - Definizioni giuridiche

Al fine di una corretta interpretazione delle norme contenute nel presente piano di localizzazione si riportano le seguenti definizioni:

Punti di vendita esclusivi: esercizi previsti nel presente piano di localizzazione e tenuti alla vendita generale sia della stampa quotidiana che di quella periodica e in ogni caso gli esercizi già autorizzati ai sensi dell'ex art. 14, L. 416/81.

Detti esercizi possono destinare una parte della superficie di vendita, in misura non superiore al 30%, alla commercializzazione di prodotti diversi da quelli editoriali consistenti in soli pastigliaggi e altri prodotti del settore non alimentare, senza necessità di presentare ulteriore comunicazione per l'esercizio di vicinato.

Fuori dalle condizioni predette, la vendita dei prodotti editoriali deve essere effettuata con modalità ed in locali separati rispetto alle eventuali altre attività commerciali o di servizio ad essa contigua; sono fatti salvi i diritti acquisiti dagli operatori già autorizzati alla data del 29 maggio 2001, nonché il caso dei comuni montani o con popolazione inferiore a 10.000 abitanti nei quali sia presente una unica rivendita esclusiva di giornali e riviste.

I punti di vendita esclusivi possono essere ubicati in chioschi.

Punti di vendita non esclusivi: esercizi autorizzati alla vendita di soli quotidiani o di soli periodici in aggiunta alle seguenti attività:

- a) rivendite generi di monopolio;
- b) distributori stradali di carburanti per autotrazione con area di servizio pari o superiore a 1500 mq.;
- c) esercizi di somministrazione di sole bevande (bar); sono esclusi gli esercizi dove si somministrano pasti;
- d) esercizi di media, grande struttura di vendita e centri commerciali con una superficie di vendita pari o superiore a 700 mq.;
- e) esercizi di vendita al dettaglio adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con una superficie di vendita pari o superiore a 120 mq.;
- f) esercizi ad alta specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alle riviste di identica specializzazione.

Sono considerati punti di vendita non esclusivi anche gli esercizi che, avendo effettuato la vendita di quotidiani o periodici a seguito di sperimentazione ai sensi dell'art. 1, L. 108/99, di diritto hanno ottenuto l'autorizzazione per la vendita di quotidiani o periodici o per entrambi i prodotti.

Superficie di vendita: indica tutta l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da vetrine, scaffalature espositive, banchi vendita ed altre attrezzature destinate all'esposizione della merce. Rientra in tale dicitura qualunque area adibita a vendita anche esterna di un negozio, o in qualche modo collegata, il cui accesso sia libero agli acquirenti.

Non costituiscono superficie di vendita le aree destinate a deposito, servizi, ufficio, laboratori e comunque tutte quelle non destinate all'esposizione di merci alle quali il consumatore non possa accedere.

Giornale: ha un contenuto prevalentemente informativo, consistente nella diffusione di notizie su vicende e su problemi d'attualità; è possibile, per i giornali, durare indefinitamente con materiale sempre diverso da un numero all'altro.

Quotidiano: è sinonimo di "giornale quotidiano".

Rivista: ha contenuto prevalentemente informativo, consistente nella trattazione d'argomenti che, seppure limitati a settori particolari, hanno sempre un carattere di varietà; è possibile, per le riviste, durare indefinitamente con materiale sempre diverso da un numero all'altro; la rivista si può qualificare come "giornale periodico".

Periodico: la dottrina lo definisce come una pubblicazione edita a regolari intervalli di tempo, cioè a periodo fisso (settimanale, quindicinale, mensile ecc.) con carattere di continuità ed è soggetto a registrazione ai sensi di legge.

I periodici non costituiscono opere determinate e possono durare indefinitamente con diversità di contenuto da un numero all'altro. Essi trattano materie generiche, di varietà e di attualità in ordine alle quali l'interesse dei lettori si rinnova continuamente, sicché la sua funzione non si esaurisce entro limiti preventivamente definiti: inoltre essi contengono contemporaneamente più rubriche ed affrontano nel loro aspetto attuale molti argomenti eterogenei (a differenza del libro, che ha carattere omogeneo).

Libro: è un'opera determinata e compiuta a carattere omogeneo non necessariamente legata alle contingenze della cronaca e, per tanto, una trattazione che non può ripetersi nel tempo.

La periodicità e l'identità di formato, di stampa, di prezzo, ecc., con cui vengono presentati al pubblico e che accomunano tra loro, in guisa da farli assomigliare ad altrettanti numeri di una rivista, diversi libri appartenenti ad una stessa collana, sono caratteristiche puramente esteriori, nient'affatto connesse con la intrinseca natura

della pubblicazione e perciò tali da non consentire che detti libri siano considerati come delle riviste o periodici.

Prodotto equiparato al libro: come il libro è un'opera determinata e compiuta a carattere omogeneo non legata alle contingenze della cronaca e differenzia solo per la caratteristica del supporto che può essere di diversa natura dal cartaceo.

CAPO II - AUTORIZZAZIONI

Art. 5 – Requisiti soggettivi

L'attività di vendita di quotidiani e periodici, in ogni forma esercitata, è permessa a tutti i soggetti, persone fisiche o giuridiche in possesso dei requisiti prescritti dalla normativa di disciplina vigente per l'esercizio del commercio al dettaglio per il settore non alimentare.

In caso di persone giuridiche, il possesso dei requisiti richiesto con riferimento a tutti i soggetti concorrenti (amministratori e soci).

Art. 6 – Autorizzazione punto di vendita esclusivo

L'apertura di un punto di vendita esclusivo di quotidiani e periodici è soggetto ad autorizzazione rilasciata dal Funzionario Responsabile, nel rispetto del presente Piano di Localizzazione.

La domanda di autorizzazione vale anche ai fini della comunicazione per la vendita di pastigliaggi e altri prodotti del settore non alimentare.

La domanda deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità, in presenza del dipendente comunale addetto; può essere presentata anche tramite raccomandata con avviso di ricevimento ed in tal caso la domanda deve essere presentata unitamente alla copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

L'autorizzazione per la rivendita esclusiva di quotidiani e periodici può essere rilasciata anche per chioschi situati su suolo pubblico.

La domanda di autorizzazione per l'attivazione di un chiosco ha validità unificata sia per il rilascio dell'autorizzazione alla vendita, sia

per l'autorizzazione urbanistico-edilizia di installazione del chiosco. A tale scopo l'interessato deve precisare l'ubicazione e la dimensione del suolo pubblico che intende utilizzare, dovrà inoltre corredare la richiesta con una planimetria e progetto del chiosco.

L'accoglimento della domanda comporterà la sottoscrizione di apposita convenzione decennale, rinnovabile, riportante le clausole per l'uso del suolo e relativo canone.

Art. 7 – Autorizzazione di un punto di vendita non esclusivo

L'apertura di un punto di vendita non esclusivo di quotidiani e periodici è soggetto ad autorizzazione rilasciata dal Funzionario Responsabile, nel rispetto dei criteri generali determinati dall'Amministrazione, ovvero del presente Piano di Localizzazione dei punti esclusivi.

La domanda di autorizzazione deve essere sottoscritta con le modalità indicate all'articolo precedente.

Il rilascio dell'autorizzazione per punto di vendita non esclusivo è atto dovuto ai soggetti che hanno effettuato la sperimentazione di vendita di prodotti editoriali di cui alla L. 108/99.

I soggetti che, pur avendo presentato la comunicazione suddetta, non hanno effettuato la vendita di prodotti editoriali, hanno titolo di priorità ai fini del rilascio dell'autorizzazione se hanno presentato domanda di autorizzazione, nell'ambito dei criteri regionali e delle scelte del presente piano di localizzazione.

I richiedenti delle autorizzazioni per rivendite non esclusive dovranno essere titolari di autorizzazione o altro atto abilitante per l'esercizio di:

- rivendita di generi di monopolio;
- rivendita di carburanti con superficie pari o superiore a 1.500 mq;
- attività di somministrazione di sole bevande (bar);
- strutture di media e grande struttura di vendita o centro commerciale con superficie pari o superiore a 700 mq;
- negozi con prevalente vendita di libri con superficie pari o superiore a 120 mq;
- vendita specializzata di particolari tipologie merceologiche (es. articoli sportivi, modellismo, ecc.) con riferimento alla vendita di riviste di analoga specializzazione.

La domanda di autorizzazione dovrà contenere i seguenti elementi essenziali:

- ubicazione e estremi della autorizzazione commerciale di cui al precedente comma;
- la tipologia di prodotti editoriali che si intende mettere in vendita (giornali e/o riviste);
- dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia.

Art. 8 – Autorizzazione stagionale

Le autorizzazioni di cui agli articoli 6 e 7 del presente regolamento possono essere rilasciate anche con carattere stagionale.

Il periodo temporale dell'esercizio della rivendita stagionale dovrà essere indicato nell'autorizzazione, e dovrà corrispondere a quello in cui il maggiore flusso dell'utenza determina un rialzo sensibile della domanda di generi editoriali.

Art. 9 - Vendita su aree pubbliche

La vendita su aree pubbliche di quotidiani e periodici è permessa solo alle rivendite esclusive nel rispetto delle norme di cui ai successivi commi.

L'attività di vendita deve essere svolta in modo itinerante con periodo di sosta-vendita inferiore ai 5 minuti e a distanza da un'altra rivendita non inferiore a quella prevista dal presente piano.

Con apposita ordinanza, per motivi viabilistici o di particolare tutela ambientale, è possibile individuare:

- aree pubbliche in cui l'attività di vendita itinerante non può essere esercitata;
- aree pubbliche in cui non può essere svolta l'attività di strillonaggio;
- giornate e le aree pubbliche in cui può essere svolta attività di vendita di quotidiani e periodici in occasione di fiere, mercati e pubbliche manifestazioni.

Art. 10 - Distributori automatici

La vendita di quotidiani e periodici a mezzo di distributori automatici è autorizzata solo in connessione con altra attività di vendita esclusiva regolarmente autorizzata e nell'immediata vicinanza del punto di vendita.

Tale autorizzazione è sempre rilasciata, sia per nuova attività che per trasferimento, quando non vi siano punti di vendita ad una distanza inferiore a quella prevista dal presente piano.

Art. 11 - Vendita senza autorizzazione

Non è necessaria alcuna autorizzazione:

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati o associazioni, di pubblicazioni a contenuto particolare, connesse con l'attività sociale;
- b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali o 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 effettuata da editori (limitatamente alle proprie pubblicazioni), distributori e edicolanti;
- f) per la vendita in alberghi, pensioni ed altre strutture ricettive quando la vendita è effettuata limitatamente alla loro clientela;
- g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche (es. ospedali) o private (es. case di cura o di riposo, padiglioni fieristici) rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Per vendita di cui al punto a) si intende anche quella effettuata all'interno dei locali delle sedi attraverso aperture che diano sulla pubblica via ovvero all'ingresso delle medesime e nello spazio immediatamente antistante.

Per la vendita di pubblicazioni della stampa estera che non abbiano le caratteristiche di cui al comma 1) è necessario il possesso dell'autorizzazione di cui al presente piano.

Art. 12 - Esposizione dell'autorizzazione

Ogni titolare di esercizio è tenuto ad esporre in modo ben visibile l'autorizzazione o copia della comunicazione.

I titolari di chioschi dovranno tenere esposta anche copia dell'atto convenzionale.

I venditori a porta a porta devono avere un cartellino di identificazione come disposto dalla vigente normativa per il commercio in tale forma esercitato.

I venditori ambulanti o strilloni dovranno essere in grado di dimostrare tale diritto alla vendita mediante una dichiarazione del titolare dell'esercizio esclusivo per il quale è data la prestazione. Detta disposizione si applica anche per le vendite ambulanti di cui ai punti b) ed e) dell'articolo 11 del presente piano.

A richiesta i predetti atti dovranno, essere messi a disposizione degli organi preposti al controllo.

CAPO III – NORME D'ATTUAZIONE

Art. 13 - Norme sanitarie ed urbanistiche

Il rilascio dell'autorizzazione alla vendita, ad eccezione del caso di subingresso e di autorizzazione temporanea, è subordinato al rispetto delle disposizioni di carattere igienico sanitarie ed urbanistico-edilizie conformemente a quanto stabilito per gli altri esercizi commerciali.

In particolare:

- a) il locale o chiosco dovrà avere accesso diretto dalla pubblica via ed essere collocato in posizione tale da consentire la facile individuazione da parte dei passanti;
- b) l'area circostante dovrà essere dotata di spazi anche pubblici per la sosta degli autoveicoli, o quantomeno dovrà consentire la sosta ai margini della carreggiata stradale senza pregiudizio al regolare flusso del traffico.

Le suddette direttive non concorrono per le rivendite individuate all'interno di strutture di servizio pubblico.

Art. 14 - Esercizio della vendita

L'esercizio della vendita di quotidiani e periodici, anche in forma esclusiva, è soggetto alla disciplina generale prevista dalla vigente normativa statale o regionale per l'esercizio del commercio su aree private e pubbliche, ed in particolare alle seguenti modalità:

- a) il prezzo di vendita stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusi e non esclusivi, che effettuano la vendita;
- b) i punti di vendita esclusivi e non esclusivi devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
- c) giornali e riviste e altro materiale pornografico non possono essere resi visibili né all'esterno né all'interno dei locali di vendita.

Nel caso di chiusura temporanea o ricorrente dell'esercizio esclusivo, il titolare deve darne preventiva comunicazione al Comune e deve affidare la vendita dei quotidiani e periodici al titolare di altra autorizzazione o ad altro soggetto in possesso dei requisiti soggettivi di cui all'articolo 5). Se non adempie a tale obbligo le imprese editoriali e di distribuzione possono provvedere direttamente.

Nel caso di chiusura dell'esercizio per un periodo superiore ai 30 giorni, è consentito il rilascio dell'autorizzazione temporanea, per un analogo periodo, all'esercizio commerciale ricadente nel raggio di m. 50 che ne faccia richiesta, con priorità a quelli trattanti generi di cartoleria e di libreria.

Nella vendita dei quotidiani e periodici i punti di vendita esclusivi assicurano parità di trattamento alle diverse testate; quelli non esclusivi assicurano parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelti per la vendita.

Art. 15 – Distanze minime

Non è prevista una distanza minima tra esercizi esclusivi o non esclusivi, come localizzati dal presente piano. (Bersani D.L. 7/2007).

Art. 16 – Subingresso

Il trasferimento della titolarità di un esercizio esclusivo o non esclusivo per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento dell'autorizzazione, su semplice comunicazione, dando dimostrazione dell'effettivo trapasso dell'esercizio a titolo di proprietà o gestione e del possesso dei requisiti soggettivi.

Il subentrante, alla data del subingresso, prosegue l'attività senza interruzione di continuità; l'eventuale sospensione deve essere immediatamente comunicata.

In caso di subentro mortis causa, il presunto erede subentrante comunica la continuazione dell'attività per non più di sei mesi dalla data della morte del dante causa. Successivamente dovrà dare dimostrazione dell'effettiva acquisizione ereditaria dell'azienda, e di possedere i requisiti soggettivi, entro un anno dalla data predetta, salvo proroga concessa dal Funzionario Responsabile.

Non costituisce subingresso la comunicazione con la quale il titolare di un esercizio organizzato in più reparti, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di prestazione del servizio, informa il Comune di aver affidato il reparto di vendita quotidiani e periodici in gestione a terzi in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del presente piano.

E' in ogni caso escluso, in caso di esercizi non esclusivi, la cessione separata dell'attività di rivendita di quotidiani e periodici dall'attività commerciale, come pure il proseguimento dell'attività di vendita di quotidiani e periodici in caso di cessazione o cambio dell'attività commerciale primaria.

Art. 17 – Trasferimento

Il trasferimento di un punto di vendita esclusivo nell'ambito del territorio comunale e sue zone differenziate ha priorità rispetto al rilascio di un nuovo punto di vendita sia esso esclusivo o non esclusivo.

Il trasferimento di un punto di vendita esclusivo o non esclusivo di quotidiani e periodici deve essere compatibile con la localizzazione ed essere osservante della distanza minima di cui al presente piano.

Il trasferimento potrà essere effettuato trascorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione da parte dell'Amministrazione Comunale, qualora questa non abbia notificato all'interessato la sussistenza di cause ostative.

La comunicazione di trasferimento deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità, in presenza del dipendente comunale addetto; può essere presentata anche tramite raccomandata con avviso di ricevimento ed in tal caso la comunicazione deve essere presentata unitamente alla copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

A seguito del trasferimento il Funzionario Responsabile procederà ad annotare sull'autorizzazione alla vendita di quotidiani e periodici già in possesso dell'interessato, la nuova ubicazione dell'esercizio.

Il trasferimento dei punti di vendita non esclusivi non potrà essere attuato separatamente dalla congiunta attività commerciale.

In caso di manutenzione o ristrutturazione dell'esercizio, ovvero in altri casi di forza maggiore non riconducibili alla volontà del titolare dell'esercizio o del chiosco, il Funzionario Responsabile può concedere l'autorizzazione al trasferimento temporaneo dell'attività commerciale in altro locale o su altro suolo pubblico o area privata ad uso pubblico nel rispetto della distanza minima con altra rivendita esistente.

L'autorizzazione temporanea può avere durata superiore all'anno nel caso di demolizione e di forza maggiore ed è valida sino al riadattamento dello stabile nel caso di ristrutturazione e al completamento dei lavori di pubblica utilità nel caso di suolo pubblico o area privata ad uso pubblico.

Art. 18 - Ampliamento

L'ampliamento di un punto di vendita esclusivo o non esclusivo di quotidiani e periodici deve essere compatibile con le dimensioni e rapporti di superficie come indicati nella definizione di esercizi esclusivi di cui all'articolo 4) del presente piano di localizzazione.

L'ampliamento potrà essere effettuato trascorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione da parte dell'Amministrazione Comunale, qualora questa non abbia notificato all'interessato la sussistenza di cause ostative.

La comunicazione di ampliamento deve essere effettuata sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità, in presenza del dipendente comunale addetto; può essere presentata anche tramite raccomandata con avviso di ricevimento ed in tal caso la comunicazione deve essere presentata unitamente alla copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

Le domande di ampliamento dei punti di vendita sono accolte nel rispetto dei limiti massimi comunali di superficie di vendita previsti per i negozi di vicinato e le medie strutture di vendita.

L'ampliamento di chioschi posizionati su area pubblica o area privata ad uso pubblico è ammesso in osservanza alla normativa comunale vigente in materia di commercio su aree pubbliche e di occupazione aree pubbliche.

Art. 19 – Cessazione

La cessazione dell'attività di vendita esclusiva di quotidiani e periodici deve essere comunicata all'Amministrazione Comunale.

In caso di esercizi di vendita non esclusiva la cessazione dell'attività commerciale comporta l'automatica decadenza dell'autorizzazione per la vendita di quotidiani e periodici.

Art. 20 – Orari di vendita

Il Consiglio Comunale, richiamata la propria competenza nell'individuare criteri utili al coordinamento degli orari dei vari esercizi commerciali e di servizio di pubblica utilità, dispone che la distribuzione dei quotidiani e periodici deve essere garantita in tutti i giorni dell'anno anche attraverso una pianificazione delle chiusure festive e per ferie annuali.

Agli esercizi che vendono quotidiani e periodici in forma esclusiva non si applicano le disposizioni sugli orari di vendita previsti per le attività commerciali.

Agli esercizi che vendono quotidiani e periodici in forma non esclusiva si applica la disciplina prevista dall'attività prevalente

dichiarata dall'interessato; l'Amministrazione Comunale si riserva di verificare la prevalenza dichiarata e modificarla d'ufficio.

CAPO IV – PIANIFICAZIONE

Art. 21 - Metodologia d'indagine

Il metodo più indicato per ottenere dei risultati soddisfacenti è quello pragmatico, basato sulla ricerca, ossia un'accurata verifica della situazione esistente nell'ambito territoriale, conseguentemente, la specificazione degli interventi in funzione agli obiettivi. Con questo tipo di analisi è possibile disaggregare la domanda per fasce d'utenza e soffermare l'attenzione non solo sugli aspetti quantitativi ma anche qualitativi, così come si può sezionare l'offerta individuando accanto ai risultati gestionali anche il modello di comportamento dell'utenza.

E' indubbio che la fase analitica si pone come momento congiunto di rilevazione e di riflessione, perché consente anche di motivare i fattori oggetto della ricerca.

Art. 22 - Criteri di elaborazione

L'elaborazione segue gli indirizzi regionali perseguendo i medesimi obiettivi di pianificazione e utilizzando i seguenti criteri di elaborazione:

- valutazione delle caratteristiche urbanistiche e sociali del territorio;
- valutazione delle comunicazioni in relazione alle infrastrutture esistenti;
- analisi della domanda e valutazione delle vendite del biennio precedente;
- rapporto ottimale tra popolazione e nuclei familiari residenti e punti di vendita;
- previsione di piano al fine di corrispondere il migliore servizio al consumatore;
- previsione di incremento urbanistico/residenziale.

Art. 23 - Descrizione del territorio comunale

Merate è una Città sita sulle prime colline delle Prealpi e nel cuore delle Brianza ad un'altitudine di media di 288 metri slm.; la Città copre una superficie di circa 11 kmq ed è posta a circa 25 Km. dal capoluogo di provincia Lecco, all'interno dell'area del meratese ed in posizione strategica. Si evidenzia la presenza nella città di strutture ospedaliere, scolastiche, commerciali e di servizio in aggiunta alle attività artigianali/industriali. Confina con Calco, Imbersago, Montevecchia, Cernusco Lombardone, Olgiate Molgora, Robbiate, Osnago e Ronco Briantino.

Sei sono le frazioni che la circondano: a nord Cassina Fra martino e Sartirana, a sud Brugarolo, ad est Novate e ad ovest Pagnano e Cicognola.

In quest'ultimo secolo le caratteristiche economiche e sociali della città hanno subito un profondo mutamento: da paese luogo di villeggiatura, dei ricchi milanesi, caratterizzato prevalentemente da attività agricole ed artigianali si è trasformato in polo di notevole interesse economico. Dal 1991 Merate è stata insignita del titolo di città e dal 1995 fa parte della nuova provincia di Lecco.

Le principali arterie di comunicazione della città sono la ex Strada Statale n.342 dir (Lecco-Milano), la ex SP 54 (Bergamo/Como) ed a ovest la linea ferroviaria Milano/Lecco.

Sempre sulle arterie principali si sono sviluppate diverse attività commerciali anche di consistenti superfici di vendita e diverse attività del tempo libero e svago (bowling, medie strutture, una città mercato ed un centro sportivo).

Questo aspetto eleva la città di Merate a centro di riferimento dell'area del meratese sia come attrazione di lavoro sia come interesse commerciale e di servizi che riesce a soddisfare anche l'utenza turistica e di passaggio diretta a Lecco ed altre località montane e lacustri.

Art. 24 – Caratteristiche del territorio

Occorre tenere in considerazione che il territorio di Merate è stato riconosciuto di rilievo storico architettonico e artistico, deliberazione di Giunta Comunale del 20.06.02 n.154, pertanto la

domanda di servizio deve necessariamente considerare l'incremento stagionale dei consumi apportati dall'utenza estiva e del terziario.

L'analisi delle diverse tipologie territoriali presenta:

- una domanda principalmente esplicitata nell'arco diurno dall'utenza generata dai vari servizi pubblici, commerciali e dal terziario presenti nella zona e non presenta proprie caratteristiche di evasione, ma solo di attrazione;
- una domanda concentrata principalmente lungo i tratti della ex strada statale, ex strada provinciale e la "circonvallazione interna" di V.le Verdi e via De Gasperi, esplicitata nell'arco diurno e serale generata dall'utenza viaria di transito, dai vari servizi pubblici e commerciali contenuti nella zona che, oltre a soddisfare le esigenze turistiche, soddisfa anche le necessità d'acquisto degli stessi abitanti di Merate e dei comuni confinanti.

Si può affermare che il fenomeno del pendolarismo in uscita verso Milano e Lecco è controbilanciato da un rilevante pendolarismo in entrata dovuto alle realtà produttive e di servizio insediate sul territorio ed all'immagine cittadina profusa che ha reso la Città ottimo punto di riferimento anche da parte dei non residenti.

Art. 25 – Aspetto demografico

Si prendono a riferimento gli ultimi dieci anni che sono quelli maggiormente interessati dal fenomeno migratorio; infatti si evidenzia come dal 1994 ad oggi, la popolazione si è stabilizzata ad una crescita di pochi abitanti all'anno.

anno 1994	abitanti 14024	nuclei familiari 5086
anno 1995	abitanti 14110	nuclei familiari 5195
anno 1996	abitanti 14044	nuclei familiari 5206
anno 1997	abitanti 14018	nuclei familiari 5239
anno 1998	abitanti 14005	nuclei familiari 5256
anno 1999	abitanti 14071	nuclei familiari 5310
anno 2000	abitanti 14105	nuclei familiari 5379
anno 2001	abitanti 14096	nuclei familiari 5503
anno 2002	abitanti 14230	nuclei familiari 5532
anno 2003	abitanti 14250	nuclei familiari 5574
anno 2004	abitanti 14359	nuclei familiari 5670
anno 2005	abitanti 14473	nuclei familiari 5744

nell'anno 2006 la situazione demografica risulta essere la seguente:

ABITANTI	NUCLEI FAMILIARI
14556	5907

Art. 26 – I punti di vendita ed abitudini d’acquisto

L’attuale rete distributiva di quotidiani e periodici presenta i seguenti esercizi:

TITOLARE	UBICAZIONE	TIPO
... omissis ...	Pagnano (bar)	Non esclusivo
... omissis ...	Via Statale (distributore carburante)	Non esclusivo
... omissis ...	Sartirana (chiosco)	Esclusivo
... omissis ...	Novate (chiosco)	Esclusivo
... omissis ...	Brugarolo (chiosco)	Esclusivo
... omissis ...	Via Statale (bar)	Non esclusivo * #
... omissis ...	Piazza Eroi (chiosco)	Esclusivo
... omissis ...	Viale Verdi (cartoleria)	Non esclusivo
... omissis ...	Città Mercato (Auchan)	Non esclusivo *
... omissis ...	Piazza Italia (cartoleria)	Non esclusivo * #

* a seguito di sperimentazione di cui alle Legge 108/1999

autorizzazione rilasciata ma non attiva (non conteggiata)

E’ stato accertato che la domanda non è mai esercitata singolarmente, ma è posta in abbinamento ad altri bisogni di consumo o di spostamento, ciò a prediligere esercizi che si trovano ubicati sulle vie principali di movimento urbano, nonché nelle aree maggiormente interessate dalla presenza di servizi d’interesse collettivo o di lavoro.

La domanda presenta un’abitudine d’acquisto media così articolata:

TIPO	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
Giornale quotidiano	1222	2637	1107	1257	1090	1228	1302
Giornale sportivo	685	613	605	569	731	820	468
Riviste	110	61	62	35	36	62	63
Dispense tecniche	10	10	5	5	5	5	10

Questa si presenta caratterizzata da abitudini di consumo diversificate a seconda del prodotto offerto. Per quanto attiene la domanda di quotidiani occorre rilevare che l'acquisto settimanale trova risposta all'interno del territorio, con un andamento omogeneo nell'arco della settimana, con un picco nella giornata del martedì, correlato all'uscita del "Giornale di Merate".

L'acquisto dei giornali sportivi è caratterizzato dalla naturale correlazione con lo svolgimento degli eventi; lo dimostrano gli acquisti del lunedì e del sabato come informazione pre e post campionato di calcio ed altri eventi sportivi.

Diversamente si presenta l'acquisto di riviste e dispense tecniche. Infatti la domanda è soddisfatta a livello locale, ciò a testimoniare che l'utenza è formata dalla maggior parte di persone che lavorano o comunque stazionano all'interno del territorio durante la settimana ed acquistano in rispondenza alla pubblicazione settimanale o mensile del prodotto; comunque non è stato possibile quantificare in maniera completa, per mancanza di fornitura dati.

La rilevazione per rivendita, i cui dati vengono secretati per ragione di privacy, presenta un sistema distributivo caratterizzato da diverse quantità di quotidiani e periodici distribuiti nelle singole zone, ma con un trend settimanale della domanda pressoché uguale.

Art. 27 – Ipotesi di piano

In osservanza ai criteri regionali il piano può prevedere un incremento fino al 15% dei punti di vendita esclusivi se, in base ai seguenti parametri, è raggiunto un punteggio minimo pari a punti 1,50. Nella valutazione dei suddetti rapporti concorrono tutti gli esercizi di vendita esclusivi e quelli non esclusivi nella seguente misura:

Chioschi ed edicole fisse Non esclusivi ex legge 416/81	<i>Sono conteggiati per singole unità</i>
Rivendite di monopolio Distributori di carburanti Bar Librerie con superficie > 120 mq Negozi con vendita specialistica	<i>Ogni cinque equivalgono ad un punto esclusivo</i>
Punti di media distribuzione > 700 mq Punti di grande distribuzione	<i>Ogni tre equivalgono ad un punto esclusivo</i>

Abitanti/punti vendita	<i>Abitanti per punti vendita</i>	Punti
Territorio	1820	0,50
Famiglie/punti vendita	<i>Famiglie per punti vendita</i>	Punti
Territorio	738	0,50

L'elaborazione degli indirizzi regionali evidenzia il seguente punteggio parziale:

	Territorio
Abitanti	0,50
Famiglie	0,50
<i>Punti parziali</i>	1

Dall'analisi dei dati emersi, si evidenzia l'impossibilità di prevedere un incremento fino al 15% dei punti di vendita esclusivi, in quanto il parametro raggiunto è pari ad 1 punto, quindi inferiore al punteggio minimo previsto che è pari a 1,50 punti.

Considerato che l'espansione urbanistica prevede un incremento residenziale di circa 1500 abitanti sull'intero territorio comunale, l'ipotesi di pianificazione può così essere rappresentata:

Abitanti/punti vendita	<i>Abitanti per punti vendita</i>	Punti
Territorio	2007	0,75
Famiglie/punti vendita	<i>Famiglie per punti vendita</i>	Punti
Territorio	803 (nucleo 2,5)	0,75

	Territorio
Abitanti	0,75
Famiglie	0,75
<i>Punti parziali</i>	1,5

Dato atto altresì che nell'arco diurno, vi è un'utenza generata dai vari servizi pubblici, commerciali e del terziario presenti, con fenomeni di mobilità in entrata, è possibile prevedere l'incremento di 1 unità dei punti vendita esclusivi.

Non si registra che il volume delle vendite annue nel comune, nell'ultimo biennio, abbia registrato un incremento superiore al 2% per i quotidiani ed al 4% per i periodici.

Art. 28 – Pianificazione ed aggiornamento della dinamica del piano

Considerando i punti determinati all'articolo precedente e tenendo conto degli incrementi demografici e dei fenomeni di mobilità interessati ad una parte del territorio, si può determinare la seguente capacità di piano:

ZONE	UNITÀ ESCLUSIVE	UNITÀ NON ESCLUSIVE	CONTINGENTAMENTO ESCLUSIVE	CONTINGENTAMENTO NON ESCLUSIVE
Territorio	4	4	5	4

Pertanto la scelta di pianificazione congela il rilascio di ulteriori punti di vendita non esclusivi, perseguendo il completamento del contingente mediante l'attivazione di un'ulteriore punto esclusivo.

CAPO V - SANZIONI E DISPOSIZIONI FINALI

Art. 29 - Sanzioni

Qualora una rivendita venga esercitata, ampliata o trasferita senza comunicazione o autorizzazione del Funzionario Responsabile, si applica la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da € 2.589,00 a € 15.493,00.

In caso di particolare gravità o di recidiva (qualora sia stata commessa la stessa violazione di cui al comma precedente per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione) il Funzionario Responsabile può disporre la sospensione della attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni.

Le violazioni al primo comma, dell'articolo 14, del presente piano, sono sanzionate amministrativamente con il pagamento di una somma da € 516,00 a € 3.098,00.

Le violazioni alle altre norme del presente piano, non diversamente sanzionate, sono sanzionate con la sanzione amministrativa da € 50,00 a € 500,00.

Per le violazioni di cui al presente piano, l'autorità competente a ricevere scritti difensivi o a cui chiedere di essere sentiti è il Sindaco e le sanzioni sono applicate con la procedura stabilita dalla legge 24.11.1981, n. 689.

Art. 30 - Revoca dell'autorizzazione

La revoca dell'autorizzazione, o la chiusura del negozio di vicinato, viene disposta dal Funzionario Responsabile qualora il titolare:

- non attivi la vendita entro 6 mesi dalla data di comunicazione per i negozi di vicinato o entro un anno dalla decisione di rilascio dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita; tale termine è prorogabile dal Funzionario Responsabile valutando caso per caso i documentati motivi della richiesta di proroga;
- sospenda l'attività di vendita per un periodo superiore ad un anno;
- perda i requisiti soggettivi per l'esercizio dell'attività commerciale.

A seguito del provvedimento di revoca dell'autorizzazione, o chiusura del negozio di vicinato, l'attività distributiva di quotidiani e periodici deve cessare.

In caso di svolgimento abusivo dell'attività di vendita, il Funzionario Responsabile ordina la chiusura immediata dell'esercizio di vendita esclusivo o la cessazione della vendita nell'esercizio non esclusivo.

Art. 31 – Validità ed informazione

Le disposizioni di cui al presente Piano Comunale di Localizzazione degli esercizi di vendita di quotidiani e periodici, sia esclusivi che non esclusivi, hanno valore per la durata di due anni a far data dall'adozione dello stesso da parte del Consiglio Comunale; è tuttavia possibile procedere ad una revisione anticipata a seguito di importanti variazioni delle condizioni sociali, economiche e demografiche del territorio comunale.

Dell'adozione del presente piano e di ogni ulteriore aggiornamento è data comunicazione alle associazioni degli editori e

dei distributori ed alle organizzazioni sindacali dei rivenditori maggiormente rappresentative a livello provinciale e regionale.

Non costituisce adeguamento del presente Piano ogni modifica introdotta al fine di adeguare il medesimo alle normative sopravvenute, nazionali e regionali, nonché agli atti di indirizzo regionali emanati successivamente alla data di approvazione.

In esecuzione dei vigenti indirizzi regionali, devono essere comunicate alla Regione, entro il termine di 30 giorni dalla loro adozione, gli atti di subingresso, cessazione, decadenza, rilascio di autorizzazione, e ogni altro atto comportante variazioni nella consistenza della rete delle rivendite di quotidiani e periodici o nella loro titolarità.

Art. 32 - Norma di rinvio

Per tutto quanto non espressamente previsto dal presente piano di localizzazione, si rinvia alle vigenti disposizioni normative statali e regionali che regolano la materia, nonché alle altre disposizioni comunali contenute in altri regolamenti che non contrastino con le presenti norme e principi.

Art. 33 - Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore, a norma dell'art. 7 dello Statuto del Comune di Merate, dopo il termine di quindici giorni previsti per la pubblicazione.

Art. 34 - Abrogazioni

Il presente regolamento sostituisce ed abroga ogni altra disposizione Comunale in contrasto con le norme in esso contenute, in particolare viene abrogato il piano comunale dei punti ottimali di vendita di giornali e riviste ed autorizzazioni alla vendita attualmente vigente.