

## COMMERCIO DI VENDITA AL PUBBLICO

D.Lgs. 24 aprile 2001, n. 170 (1).

Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della L.

13 aprile 1999, n. 108.

(1) Pubblicato nella Gazz. Uff. 14 maggio 2001, n. 110.

### IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 21, 76 e 87 della Costituzione;

Visto l'articolo 52, primo comma, lettera a), del decreto del Presidente della Repubblica 24 luglio 1977, n. 616;

Vista la legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni;

Visto il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112, recante conferimento di funzioni e compiti

amministrativi dello Stato alle regioni ed agli enti locali, in attuazione del capo I della legge 15 marzo

1997, n. 59;

Visto il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante la riforma della disciplina relativa al settore

del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59;

Vista la legge 13 aprile 1999, n. 108, ed in particolare l'articolo 3, recante delega al Governo per

l'emanazione di un decreto legislativo diretto a riordinare in maniera organica il sistema di diffusione

della stampa quotidiana e periodica;

Visto il parere della Conferenza unificata espresso nella seduta del 21 dicembre 2000;

Visto il parere della VII Commissione parlamentare della Camera dei deputati, in data 1° febbraio

2001 sulla sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali;

Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 16 febbraio

2001;

Sentita la Commissione paritetica Governo-editori di cui all'articolo 29 della legge 25 febbraio 1987, n.

67, come modificata dalla legge 13 aprile 1999, n. 108, e dal decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281;

Visto il parere della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n.

281, adottato nella seduta del 22 febbraio 2001;

Visto il parere delle competenti Commissioni parlamentari;  
Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 4 aprile 2001;  
Sulla proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri, di concerto con il Ministro per gli affari regionali ed il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato e del commercio con l'estero;

Emana il seguente decreto legislativo:

## 1. Àmbito di applicazione e definizioni.

1. Il presente decreto detta principi per la disciplina, da parte delle regioni, delle modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica.

2. Ai fini del presente decreto, si intende per:

a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla

vendita generale di quotidiani e periodici;

b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dal presente decreto, che, in aggiunta ad altre

merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici.

## 2. Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica.

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

2. L'attività di cui al comma 1 è soggetta al rilascio di autorizzazione da parte dei comuni, anche a

carattere stagionale, con le eccezioni di cui all'articolo 3. Per i punti di vendita esclusivi l'autorizzazione

è rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'articolo 6.

3. Possono essere autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo:

a) le rivendite di generi di monopolio;

b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati

1.500;

c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni

ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;

d) le strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g), del decreto

legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati

700;

e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo

di superficie di metri quadrati 120;

f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle

riviste di identica specializzazione.

4. Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della legge 13 aprile

1999, n. 108, l'autorizzazione di cui al comma 2 è rilasciata di diritto.

5. I soggetti di cui al comma 3, che non hanno effettuato la sperimentazione, sono autorizzati

all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo successivamente alla presentazione al comune

territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1,

comma 1, lettera d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7) della legge 13 aprile 1999, n. 108.

6. 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.

### 3. Esenzione dall'autorizzazione.

1. Non è necessaria 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.

#### 4. Parità di trattamento.

1. Nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi assicurano parità di trattamento alle diverse testate.
2. I punti vendita non esclusivi assicurano parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelta per la vendita.

#### 5. Modalità di vendita.

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:
  - a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita;
  - b) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita;
  - c) i punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
  - d) è comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.

#### 6. Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita.

1. Le regioni emanano gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, attenendosi ai seguenti criteri:
  - a) consultazione delle associazioni più rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonché delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori;
  - b) valutazione della densità di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, dell'entità delle vendite, rispettivamente, di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o

montane, nonché dell'esistenza di altri punti di vendita non esclusivi.

2. I comuni sono tenuti ad adottare i piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita entro un anno

dall'entrata in vigore del presente decreto legislativo. Gli stessi comuni sono tenuti alla riformulazione

di detti piani a seguito dell'emanazione, da parte delle regioni, degli indirizzi di cui al comma 1.

3. In assenza del piano, di cui al comma 1, qualora nel territorio del comune o di una frazione di

comune non esistano punti di vendita, l'autorizzazione alla vendita può essere rilasciata anche ad

esercizi diversi da quelli menzionati nel presente decreto.

## 7. Stampa estera.

1. Il presente decreto legislativo si applica anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

## 8. Monitoraggio del mercato editoriale.

1. La Presidenza del Consiglio dei Ministri, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato,

assicura il monitoraggio della rete di vendita dei giornali quotidiani e periodici per l'espansione del

mercato editoriale. A tale fine, con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, è individuata la

struttura preposta a detto monitoraggio, con la partecipazione dei soggetti del comparto distributivo

editoriale e delle regioni di volta in volta interessate.

## 9. Norme finali.

1. Per quanto non previsto dal presente decreto si applica il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

2. Sono abrogati l'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e l'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.