

**COMUNE DI RIBERA
PROVINCIA DI AGRIGENTO**

**PIANO DI LOCALIZZAZIONE DEI PUNTI OTTIMALI DI
VENDITA DI GIORNALI QUOTIDIANI E PERIODICI**

INDICE

TITOLO I Disposizioni preliminari

- Art. 1 disposizioni normative
- Art. 2 Oggetto del piano
- Art. 3 Definizioni
- Art. 4 Definizioni del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica
- Art. 5 Esenzione dall'autorizzazione
- Art. 6 Parità di trattamento
- Art. 7 Modalità di vendita
- Art. 8 Esenzione dalla pianificazione

TITOLO II Aspetti generali del piano

- Art. 9 Il territorio comunale
- Art. 10 Sviluppo della popolazione
- Art. 11 Zonizzazione
- Art. 12 Punti vendita esistenti
- Art. 13 Distanza tra i punti vendita

TITOLO III Programmazione della rete di vendita

- Art. 14 Analisi del mercato
- Art. 15 Considerazioni generali
- Art. 16 Localizzazione dei punti ottimali di vendita

TITOLO IV Norme di Attuazione

- Art. 17 Principi generali
- Art. 18 Funzione, adozione e validità del piano
- Art. 19 Ubicazione e tipologia delle strutture di vendita
- Art. 20 Distanza minima
- Art. 21 Autorizzazioni
- Art. 22 Domanda
- Art. 23 Criteri per l'assegnazione delle autorizzazioni
- Art. 24 Subingressi
- Art. 25 Trasferimenti
- Art. 26 Sanzioni
- Art. 27 Norme di rinvio

TITOLO I DISPOSIZIONI PRELIMINARI

ART. 1

Disposizioni normative

Il piano è previsto dal decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 di “Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell’articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108”, ed è redatto secondo le disposizioni impartite dall’Assessorato Regionale della Cooperazione, del Commercio, dell’Artigianato e della Pesca con Decreto del 13 novembre 2002.

ART. 2

Oggetto del Piano

Il presente piano intende conferire a questa Amministrazione Comunale uno strumento che possa rappresentare una guida valida per una pianificazione dell’attività di vendita di giornali quotidiani e periodici.

Il piano è finalizzato al perseguimento dei seguenti obiettivi:

- a) incremento della diffusione dei mezzi di informazione e stampa mediante, ove necessario, l’aumento del numero delle rivendite e l’ampliamento delle superfici espositive e di vendita;
- b) articolazione omogenea nel territorio comunale, nel rispetto delle diverse realtà sociali ed insediative esistenti, della rete di distribuzione e di vendita dei giornali, quotidiani e periodici, al fine di renderla costantemente adeguata alle esigenze dell’utenza ed, in genere, degli operatori dell’informazione;
- c) facilità di accesso dell’utenza ai punti di vendita della rete distributiva comunale.

ART. 3

Definizioni

Ai fini del presente piano, si intende per :

- a) piano, il piano comunale di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali quotidiani e periodici;
- b) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;
- c) punti vendita non esclusivi, gli esercizi previsti nel piano, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici, nonché gli esercizi che, avendo effettuato la sperimentazione ai sensi dell’art.1 della legge 13 aprile 1999, n.108, hanno ottenuto l’autorizzazione prevista dall’art.2, comma 4, del decreto legislativo 24 aprile 2001, n.170;

Sono considerati punti vendita non esclusivi anche i punti vendita misti, autorizzati alla vendita di quotidiani e periodici, congiuntamente ad altri prodotti, in data anteriore all’entrata in vigore della legge 13 aprile 1999 n.108, e del decreto legislativo 24 aprile 2001, n.170.

ART. 4

Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica

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

L’attività di cui al comma 1 è soggetta al rilascio di autorizzazioni, nel rispetto delle disposizioni di cui al presente piano.

Possono essere autorizzati all’esercizio di un punto vendita non esclusivo:

- a) le rivendite di generi di monopolio;
- b) le rivendite di carburanti o di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1500;

- c) i bar, esclusi 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 trattorie e pizzerie;
- d) le medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita, i centri commerciali così come definiti dalla Legge Regionale 22 dicembre 1999, n. 28, 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.

ART. 5

Esenzione dell'autorizzazione

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 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 edite;
- 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. 6

Parità di trattamento

Nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi assicurano parità di trattamento alle diverse testate.

I punti vendita non esclusivi assicurano parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelta per la vendita

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

ART. 7

Modalità di vendita

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.

ART. 8

Esenzione dalla pianificazione

Non rientrano nel novero dei punti di vendita da determinarsi in forza delle disposizioni di cui al presente piano:

- a) le rivendite ubicate nelle stazioni marittime;
- b) le rivendite ubicate nelle stazioni ferroviarie;
- c) le rivendite ubicate negli aeroporti;
- d) le rivendite ubicate nelle autostrade o raccordi autostradali;
- e) le rivendite ubicate nelle strade di grande comunicazione ;
- f) le rivendite ubicate nelle strade statali al di fuori del centro abitato;
- g) le rivendite negli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

TITOLO II ASPETTI GENERALI DEL PIANO

ART. 9 Il territorio comunale

Il territorio comunale è esteso circa 118,67 km², è situato prevalentemente in zona collinare ed è delimitato ad est dal corso del fiume Platani ed a ovest dal corso del Fiume Verdura.

Il territorio comunale confina:

- a nord con territorio di Calamonaci e Bivona;
- a est con territorio di Cattolica Eraclea e Cianciana;
- a sud con il mare Mediterraneo;
- a ovest con territorio di Sciacca e Caltabellotta.

L'impianto urbanistico originario si basa su un sistema a scacchiera ortogonale. Successivamente tra la fine degli anni sessanta e l'inizio degli anni settanta, a causa di una forte crescita economica con l'affermazione di un'attività agricola specializzata (agrumi), la rapida espansione sia a nord che a sud della via Circonvallazione interrompe il tracciato ortogonale ed ordinato a favore di un tessuto urbanistico regolare e meno vincolante nei rapporti con la strada. L'area occupata da questa espansione interessa una superficie grande quanto quella della città originaria. Oltre alle residenze sono stati realizzati edifici scolastici, chiese, l'ospedale ed altri edifici pubblici. La periferia, intesa come spazio urbano degradato, si trova nei quartieri marginali della vecchia scacchiera, dove oggi molte abitazioni sono vuote. Lungo gli assi viari della S.P. Ribera-Seccagrande, Ribera-Borgo Bonsignore e la via Magone negli ultimi anni si è sviluppata una intensa attività edilizia in verde agricolo con la realizzazione di tipologie residenziali monofamiliari e diversi edifici per attività commerciale e artigianale. In contrada Donna Vanna (asse viario Ribera-Borgo Bonsignore) è stato realizzato il nuovo mercato ortofrutticolo e il Piano per gli Insediamenti Produttivi dove negli ultimi anni si sono insediate nuove imprese che hanno ottenuto agevolazioni con i Patti Territoriali e la legge n. 488.

Uno sviluppo edilizio consistente ha investito la fascia costiera, in particolare la località Seccagrande ed in misura inferiore Borgo Bonsignore e la località Piana Grande.

Lo strumento urbanistico vigente (adottato con determinazione commissariale del 1999) prevede oltre che al riordino del tessuto urbano esistente, la nuova zona d'espansione a sud della via Circonvallazione e soprattutto la previsione di nuovi criteri di pianificazione nel tratto di costa da Piana Grande fino a Borgo-Bonsignore con la previsione aree edificabili a carattere residenziale e turistico-ricettivo.

Tutte le strade che si dipartono da Ribera verso sud sono collegate alla S.S. a scorrimento veloce Castelvetro-Sciacca-Agrigento, che attraversa da ovest a est il Comune e rappresenta un'importante via di comunicazione con il capoluogo di provincia, con l'autostrada Mazara-Palermo e con la S.S. Sciacca-Palermo. I collegamenti con i paesi limitrofi ubicati a ovest, est e nord avviene con strade statali e provinciali in buono stato di conservazione.

La principale fonte di reddito è costituita soprattutto dall'attività agricola ed in misura inferiore da quella artigianale e commerciale e turistico ricettiva.

ART. 10 Sviluppo della popolazione

I dati ufficiali relativi alla popolazione residente sono riportati nell'allegata Tav. 1, dove per l'anno 2007 è di 19.640.

La popolazione fluttuante (Tav. 2) è stimabile in numero di circa 1000 unità, grazie alla presenza di pubblici uffici, istituti scolastici etc.

Rilevante anche il flusso turistico (Tav. 3) rilevato in numero di circa 37.500 presenze nel periodo di maggior afflusso compreso tra il primo giugno e il trenta settembre.

Da certificazione dei servizi demografici di questo Comune, si ha un insediamento di n. 7.651 nuclei familiari residenti al 31/12/2007.

Il P.R.G. vigente prevede nello spazio temporale di un ventennio (1995/2015) un incremento di popolazione del 12-14% che in termini di nuovi abitanti è di circa 2.000/2.500 unità in più.

Tav. 1

POPOLAZIONE RESIDENTE

Anno	Numero abitanti residenti	Numero nuclei familiari
1998	20.811	7.017
1999	20.679	7.013
2000	20.512	6.969
2001	20.361	6.947
2002	20.095	7.496
2003	19.789	6.923
2004	19.484	7.376
2005	19.669	7.549
2006	19.612	7.588
2007	19.640	7.651

Tav.2

Anno	Unità fluttuanti	Dati rilevati presso Istituti scolastici, uffici pubblici, strutture sanitarie pubbliche e private e strutture private di interesse pubblico
2007	1000	

Tav.3

FLUSSI TURISTICI

Anno	Presenze nel periodo di riferimento 01/06 - 30/09	Dati rilevati dalla relazione sulla determinazione dei fabbisogni riferiti al prossimo ventennio del PRG vigente e presso strutture ricettive, alberghiere e pubblici esercizi presenti nel territorio
2007	37.500	

ART 11

Zonizzazione

Ai fini del conseguimento degli obiettivi di cui al Decreto Assessoriale del 13 novembre 2002, il territorio comunale, nel rispetto dei principi generali previsti nel P.R.G. vigente, viene suddiviso nelle seguenti zone urbanistico-commerciali.

Zona A – coincide con la zona territoriale omogenea “A” del P.R.G. vigente. Si sviluppa lungo il corso principale (corso Umberto I) dalla via Saponeria al corso F. Crispi, tra la via Roma e la via Guastella e Rosa Bianca.

Zona B - comprende le zone territoriali omogenee di tipo B1 e B3 del P.R.G. vigente. Dal nord a sud dell’abitato compresi i quartieri storici (S. Antonio, S. Teresa, Villa Isabella, Il Cozzo) e parte delle aree di edilizia economica e sociale previsti nel Piano Urbanistico Comprensoriale n. 6, fino alla via Circonvallazione.

Tav. 7

DISTANZA TRA PUNTI VENDITA NON ESCLUSIVI

N°	6	7	8	9	10									
5	248	482	1010	550	8328									
6	===	262	1255	474	8457									
7	===	===	1438	361	8480									
8	===	===	===	1280	7600									
9	===	===	===	===	8080									
10	===	===	===	===	===									

Tav. 8

DISTANZA TRA TUTTI I PUNTI VENDITA

N	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
1	21,60	407,70	1267	115	361	588	906	614	8270					
2	===	401,60	1246	122	366	588	894	600	8250					
3	===	===	1156	520	764	983	520	917	8340					
4	===	===	===	1314	1442	1459	992	1119	8469					
5	===	===	===	===	248	482	1010	550	8328					
6	===	===	===	===	===	262	1255	474	8457					
7	===	===	===	===	===	===	1438	361	8480					
8	===	===	===	===	===	===	===	1280	7600					
9	===	===	===	===	===	===	===	===	8080					
10	===	===	===	===	===	===	===	===	===					

TITOLO III
PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DI VENDITA

Art.14
Considerazioni generali

Gli obiettivi per piano sono essenzialmente rivolti ad assicurare una più razionale evoluzione della rete di vendita ed una migliore produttività del servizio da rendere all'utenza. La proposta realizza gli indirizzi programmatici per la ottimale localizzazione dei punti di vendita sul territorio comunale.

Il Comune di Ribera è stato diviso in 4 (quattro) zone (A, B, C e D), che consentono di operare una equilibrata ripartizione dei punti vendita in tutto il territorio comunale tenendo conto:

- della struttura e densità della popolazione residente;
- delle strutture scolastiche, uffici pubblici e privati, strutture produttive, commerciali e ricettive;
- dell'assetto viario e delle comunicazioni;
- dei flussi di popolazione non residente, comprendendo correnti turistiche soprattutto stagionali;
- di un rapporto minimo tra famiglie residenti e punti di vendita esclusivi non inferiore a 1000 e di una distanza minima tra singoli punti di vendita, sia esclusivi che non esclusivi, non inferiore a 350 metri, calcolati per il percorso più breve;
- di un rapporto minimo tra famiglie residenti e punti vendita non esclusivi non inferiore a 1000 ed una distanza minima tra singoli punti di vendita, sia esclusivi che non esclusivi, non inferiore a 350 metri, calcolati per il percorso più breve;

- che, qualora nel territorio comunale o nella singola zona risulti residente un numero di famiglie inferiore a 1000, è comunque consentita l'apertura di un punto vendita esclusivo e di un punto vendita non esclusivo;
- che, nell'ipotesi in cui dalla programmazione effettuata a norma dei superiori parametri dovesse risultare un numero residuo di famiglie uguale o superiore a 600, è altresì consentita la previsione di un ulteriore punto di vendita esclusivo o di un ulteriore punto vendita non esclusivo;
- delle zone turistiche, nelle quali, per effetto di una maggiore presenza stagionale dell'utenza, possono essere rilasciate autorizzazioni temporanee, sia per punti vendita esclusivi che non esclusivi, per periodi non superiori a quattro mesi nel corso dell'anno, nel rispetto del rapporto minimo tra popolazione non residente e punti vendita, sia esclusivi che non esclusivi, non inferiore mediamente a 1000 presenze giornaliere rilevate nell'anno precedente;

Art. 15

Localizzazione dei punti ottimali di vendita

Sono state fatte salve le localizzazioni dei punti vendita esclusivi e non esclusivi già in attività che non rispondono ai parametri stabiliti nel presente articolo.

I criteri di localizzazione e i parametri di riferimento sono riferiti alle singole zone individuate nel precedente Art. 11.

In particolare per la formulazione delle risultanze riportate nella Tav. 9 si è tenuto conto dei seguenti indicatori:

- numero e densità dei punti di vendita esistenti, esclusivi e non esclusivi;
- popolazione residente;
- nuclei familiari;
- popolazione fluttuante;
- media giornaliera delle presenze turistiche nel periodo compreso dal 01/06 al 30/09;
- andamento delle vendite

Tav. 9

LOCALIZZAZIONE PUNTI OTTIMALI DI VENDITA					
ZONA A					
DENOMINAZIONE: centro storico					
STRUTTURE PUBBLICHE: Palazzo Municipale, Biblioteca Comunale, Liceo Musicale "Toscanini", U.R.P. della Provincia Regionale di Agrigento.					
STRUTTURE PRIVATE di PUBBLICO INTERESSE: Istituti bancari, Bar, centro emodialisi, esercizi commerciali, patronati/sindacati, Chiese					
Nuclei familiari	Punti vendita esclusivi esistenti	Punti vendita non esclusivi esistenti	Punti vendita esclusivi di progetto	Punti vendita non esclusivi di progetto	Punti vendita stagionali esclusivi e non esclusivi
260	2	1	==	==	==

ZONA B					
DENOMINAZIONE: area urbana centrale					
STRUTTURE PUBBLICHE: Uffici Comunali, Villa Comunale, Scuole, Uffici Postali, AUSL, Guardia Medica e Consultorio Familiare, Campo Sportivo "Nino Novara", Uffici Sanitari.					
STRUTTURE PRIVATE di PUBBLICO INTERESSE: Ente Acquedotti Siciliani, Chiese, Esercizi Commerciali, Distributori Carburanti, Vivaio Forestale, Caserma Carabinieri, Cinema, Patronati, Ufficio di Collocamento, Asilo Nido Comunale, Farmacie, Mercato Settimanale.					
Nuclei familiari	Punti vendita esclusivi esistenti	Punti vendita non esclusivi esistenti	Punti vendita esclusivi di progetto	Punti vendita non esclusivi di progetto	Punti vendita stagionali esclusivi e non esclusivi
5.850	1	3	+1	+1	==

ZONA C					
DENOMINAZIONE: area urbana limitrofa e periferica					
STRUTTURE PUBBLICHE: Consorzio di Bonifica, Centro Sportivo Polivalente, Comando Polizia Municipale, Pretura.					
STRUTTURE PRIVATE di PUBBLICO INTERESSE: Esercizi Commerciali, Distributori Carburanti, Scuole, Hotel Miravalle.					
Nuclei familiari	Punti vendita esclusivi esistenti	Punti vendita non esclusivi esistenti	Punti vendita esclusivi di progetto	Punti vendita non esclusivi di progetto	Punti vendita stagionali esclusivi e non esclusivi
850	1	1	==	==	==

ZONA D						
DENOMINAZIONE: località turistiche						
STRUTTURE PUBBLICHE: Ufficio Postale, Guardia Medica, Polizia Municipale						
STRUTTURE PRIVATE di PUBBLICO INTERESSE: Esercizi Commerciali, Chiese, Farmacia, Riserva Naturale Orientata “Foce del fiume Platani”, Piano Insediamenti Produttivi e mercato ortofrutticolo.						
Nuclei familiari	Numero medie presenze turistiche	Punti vendita esclusivi esistenti	Punti vendita non esclusivi esistenti	Punti vendita esclusivi di progetto	Punti vendita non esclusivi di progetto	Punti vendita stagionali esclusivi e non esclusivi
700	37.500	==	1	==	==	+3

DATI RELATIVI ALLA VENDITA			
Anno	Quotidiani	illustrati	Dati rilevati presso Fornitori di zona
2005	167.440	164.005	
2006	210.617	127.010	

TITOLO IV NORME DI ATTUAZIONE

Art. 16 Principi generali

La presente disciplina è emanata ai sensi del decreto legislativo 24 aprile 2001, n.170 di “Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell’articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n.108”, e del decreto dell’Assessorato regionale della cooperazione, del commercio, dell’artigianato e della pesca del 13 novembre 2002 recante “Nuove direttive per la predisposizione dei piani comunali di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali quotidiani e periodici”.

Essa costituisce parte integrante del piano di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali quotidiani e periodici nel territorio comunale.

Per quanto non previsto nel presente piano, si fa riferimento alle predisposizioni contenute nel decreto legislativo 24 aprile 2001, n.170, nel decreto assessoriale del 13 novembre 2002 e nella legge regionale 22 dicembre 1999, n.28 di “Riforma della disciplina del commercio”.

Art. 17 Funzione, adozione e validità del piano

Il piano fissa il numero ed il luogo ottimale dei punti vendita autorizzabili sulla base degli indicatori e dei parametri riportati nel precedente Titolo III.

La localizzazione dei predetti punti vendita è determinata nell’ambito delle singole zone urbanistico commerciali di cui al precedente articolo 11.

Il piano è adottato con atto deliberativo del consiglio comunale.

Copia del piano adottato e della relativa delibera va inviata all'Assessorato regionale della cooperazione, il commercio, dell'artigianato e della pesca – Dipartimento cooperazione, commercio e artigianato – Servizio 5S Commercio.

Il piano di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali quotidiani e periodici non è soggetto a scadenze.

L'Amministrazione Comunale può, facoltativamente, procedere al suo aggiornamento per sopraggiunte modifiche della situazione distributiva della rete di vendita, nonché della situazione demografica.

Art. 18

Ubicazione e tipologia delle strutture di vendita

L'attività di vendita sia esclusiva che non esclusiva può svolgersi in negozi o chioschi laddove ne è consentita l'installazione in funzione degli spazi esistenti e nel rispetto delle norme in materia di concessione di suolo pubblico e relativa programmazione su aree pubbliche, nonché del vigente Codice della Strada.

Relativamente ai negozi:

- a) il limite massimo di superficie per i punti vendita esclusivi è quello corrispondente al limite massimo di superficie per gli esercizi di vicinato;
- b) il limite massimo di superficie per i punti vendita non esclusivi è quello consentito per le tipologie di esercizio di cui al precedente Art.4;

Per la vendita di quotidiani e periodici in modo esclusivo, la superficie minima del locale è la seguente: chiosco mq 8, negozio mq 15.

Nel caso di abbinamento in un medesimo esercizio con altra attività, la superficie minima complessiva del locale è fissata come segue: superficie destinata alla vendita di quotidiani e periodici mq 15, restante superficie minima di mq 13 (totale mq 28).

I punti vendita esclusivi e non esclusivi esistenti conservano il diritto di continuare l'attività nei locali con superficie inferiore.

Le tipologie dei chioschi, fatti salvi i diritti acquisiti, devono essere consone a gli elementi architettonici presenti nella zona nella quale lo stesso chiosco dovrà essere ubicato. In ogni caso l'amministrazione comunale si riserva la possibilità di indirizzare l'installazione dei chioschi con le modalità e i criteri che riterrà più opportuni.

Art. 19

Distanza minima

Fatte salve le localizzazioni già esistenti, la distanza minima tra due punti vendita, siano esse esclusivi o non esclusivo, sia a carattere permanente che stagionale, non può essere inferiore a 350 metri calcolati per il percorso più breve.

Art. 20

Autorizzazione

L'attività di vendita di giornali quotidiani e periodici non può essere esercitata senza specifica autorizzazione tranne nei casi previsti all'articolo 5 del presente piano.

L'autorizzazione amministrativa è rilasciata dal comune ai sensi del Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n.170 e del decreto assessoriale 13 novembre 2002.

Nel caso di attività da esercitarsi su suolo pubblico l'autorizzazione deve essere rilasciata unitamente alla concessione del posteggio dove installare il chiosco.

Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della legge 13 aprile 1999, n.108 autorizzazione è rilasciata di diritto.

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

Art.21

Domanda

Le domande tendenti ad ottenere l'autorizzazione ad esercitare l'attività di rivendita di quotidiani e periodici devono essere presentate al comune territorialmente competente.

Il richiedente deve:

- a) essere in possesso dei requisiti di accesso all'attività di cui all'art.3, comma 2, della L.R.22 dicembre 1999, n.28;
- b) non prestare la propria opera con rapporto di lavoro continuativo alle dipendenze di altri.

Le domande inoltre devono contenere anche i seguenti dati:

- a) ubicazione dell'esercizio o del posteggio su suolo pubblico;
- b) dimostrazione della disponibilità dei locali o dello spazio pubblico ovvero l'avvio della relativa istruttoria per l'acquisizione di questi ultimi;
- c) titolarità di autorizzazioni per l'esercizio di una delle attività di cui al comma 3 dell'Art. 2 del Decreto Assessoriale del 13 novembre 2002, per le rivendite non esclusive.

Art.22

Criteria per l'assegnazione di nuove autorizzazioni

In sede di prima applicazione del presente piano i nuovi punti vendita individuati saranno assegnati mediante avviso al pubblico predisposto dall'Amministrazione Comunale entro quattro mesi dall'adozione dello stesso piano.

Nell'avviso al pubblico sono indicati i punti vendita da assegnare, nonché i requisiti, i termini per la presentazione delle domande e i criteri di valutazione per l'assegnazione dell'autorizzazione amministrativa.

Nel caso di domande concorrenti, le autorizzazioni sono rilasciate tenendo conto, nell'ordine, dei seguenti criteri di priorità:

- istanze di titolari di autorizzazioni per la vendita di giornali quotidiani e periodici che intendano trasferirsi da zone sature in zone con previsione di nuovi punti vendita;
- istanze di soggetti che antecedentemente all'adozione del presente piano, dimostrino di avere inoltrato precedente richiesta di apertura di un punto vendita, non esaminata o rigettata dall'Amministrazione comunale.

Nell'eventualità di più concorrenti per il medesimo punto vendita, va accolta l'istanza di colui che, seguendo l'ordine cronologico, precedeva nell'istanza non esaminata o rigettata;

- istanze presentate da richiedenti che dimostrino di possedere titoli di professionalità nel settore, acquisita attraverso l'attività di collaborazione retribuita svolta presso un punto vendita, continuativamente per almeno due anni ed adeguatamente documentata;
- istanze presentate da chi dimostri la disponibilità dei locali di vendita su aree private.

Art.23

Subingressi

In materia di subingresso si applicano le disposizioni di cui al comma 3 dell'art.29 della legge regionale 22 dicembre 1999, n.28 e s.m.i..

Art.24

Trasferimenti

Nell'eventualità di un trasferimento di un punto vendita, sia esso esclusivo che non esclusivo, devono essere rispettate le previsioni programmatiche del presente piano.

Il trasferimento all'interno della stessa zona commerciale può avvenire solo nel caso della sussistenza della distanza di 350 metri da un altro punto vendita, mentre il trasferimento in un'altra zona commerciale può essere effettuato solo se sussiste, oltre il rispetto della distanza tra singoli punti vendita, anche il rispetto delle previsioni numeriche di punti vendita nella zona considerata.

Art.25

Sanzioni

Nel caso di violazioni della normativa contenuta nel presente piano, nonché nelle direttive regionali, si applicano le sanzioni previste dai commi 2 e seguenti dell'articolo 22 della Legge Regionale 22 dicembre 1999, n.28.

Art.26
Norme di rinvio

Per quanto non previsto nel presente piano, si rimanda alle disposizioni contenute nel Decreto Assessoriale del 13 novembre 2002.