
COMUNE DI VIGEVANO

Provincia di Pavia

Piano Comunale di Localizzazione dei Punti di Vendita Esclusivi di Stampa Quotidiana e Periodica (art. 6 d.lgs. 170/01 – D.C.R. 10.07.02, n. VII/549)

Analisi della rete distributiva

Normativa di Piano

Analisi delle rete distributiva

Analisi della rete distributiva

1.	<u>PREMESSA – LA RAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO DI GIORNALI E RIVISTE</u>	pag. 4
1.1	<u>Il sistema della distribuzione dei prodotti editoriali</u>	pag. 5
1.2	<u>I risultati della sperimentazione</u>	pag. 6
2.	<u>IL COMUNE DI VIGEVANO E IL SUO TERRITORIO</u>	pag. 8
3.	<u>IL CONSUMO DEI GIORNALI E RIVISTE</u>	pag. 10
3.1	<u>L'evoluzione demografica del Comune di Vigevano e le sue prospettive</u>	pag. 11
3.2	<u>La composizione e la dinamica delle vendite di giornali e riviste</u>	pag. 12
4.	<u>LA RETE DELLE EDICOLE DI VIGEVANO</u>	pag. 16
5.	<u>IL MERCATO DELLE RIVENDITE DI GIORNALI E RIVISTE IN VIGEVANO – ANALISI DEI PARAMETRI REGIONALI</u> considerazioni conclusive ed ipotesi di piano	pag. 17
6.	<u>INDIVIDUAZIONE DELLE ZONE DI LOCALIZZAZIONE E NECESSITA' DI EDICOLE ESCLUSIVE</u>	pag. 23

1. PREMESSA - LA RAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO DI GIORNALI E RIVISTE

La legge n. 108/99: "Nuove norme in materia di punti di vendita per la stampa quotidiana e periodica" ha introdotto una "sperimentazione" di canali di vendita alternativi alle rivendite disciplinate dalla l. 416/81, modificando a tal fine l'art. 14, comma 11, di tale legge. Questa legge ha anche fissato le procedure per il monitoraggio della sperimentazione, oltre alla delega per il riordino del sistema di diffusione di giornali e riviste; il decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170 ha dato attuazione a questa delega.

La principale modifica introdotta da questo decreto è la definizione di 2 tipologie di rivendite, quelle esclusive, previste dal piano di localizzazione comunale, e quelle non esclusive, che possono essere rilasciate solo ad attività che svolgono altra attività "prevalente" (bar, tabaccaio, distributore, media e grande struttura di vendita, libreria, ecc).

E' stato anche abrogato l'art. 14 della l. 416/81 e sono quindi venute meno le anacronistiche limitazioni contenute in tale articolo, tra cui ricordiamo l'impossibilità per la stessa persona fisica di essere titolare di più rivendite o di dare in gestione ad altri soggetti l'attività.

Il d.lgs. 170/01 configura la necessità di un'analisi articolata e complessa del comparto delle rivendite di giornali e riviste; introduce infatti l'obbligo della predisposizione di un apposito Piano di Localizzazione Comunale, e detta i criteri da seguire nella predisposizione di tale strumento. Per le edicole non esclusive non è invece prevista una "programmazione" degli insediamenti, ma unicamente la possibilità di stabilire dei "criteri generali" da seguire in sede di istruttoria per il rilascio delle autorizzazioni. In particolare l'art. 2, c. 6, prevede che *"Il rilascio delle autorizzazioni ...omissis... 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 di vendita non esclusivi."*

1.1 Il sistema della distribuzione dei prodotti editoriali

Al fine di comprendere meglio la portata della sperimentazione di “nuovi canali” di vendita di giornali e riviste, occorre tenere ben presente la struttura della distribuzione della stampa, che vede coinvolti tre distinti soggetti:

7. editori
8. distributori: nazionali e locali
9. rivenditori: edicolanti esclusivi e titolari di rivendite non esclusive

I rapporti tra questi soggetti sono regolati da contratti particolari, cosiddetti di tipo “estimatorio”, dove distributori e rivenditori non assumono il rischio dell’invenduto e sono remunerati in percentuale predefinita, uguale per tutte le testate, rispetto alle vendite effettive.

Questo tipo di contratto permette di realizzare un’effettiva parità di trattamento tra le diverse testate (non vi è rischio di invenduto e nessun editore può corrispondere percentuali più elevate di altro); tuttavia i margini percepiti dai rivenditori e, soprattutto, dai distributori non sono particolarmente elevati (per i quotidiani sono compresi tra il 3 ed il 5% per i distributori e nel 19% per i rivenditori).

A differenza di quanto avviene con altre forme di commercio, dove il prezzo di vendita finale è determinato dall’ esercente, con margini di “ricarica” (ovvero la percentuale aggiuntiva rispetto al prezzo di acquisto) decisamente più elevati, e dove l’utile lordo (ovvero quella parte del fatturato con la quale l’ esercente deve pagare i costi di esercizio, le imposte e ogni altra spesa e tassazione connessa con l’attività, e remunerare se stesso e gli eventuali dipendenti e collaboratori) rappresenta una parte significativa del fatturato, in questo settore l’edicolante (e il distributore) mantengono, quale utile lordo, una quota estremamente ridotta (inferiore al 20%, per gli edicolanti) del venduto complessivo.

1.2 I risultati della sperimentazione

Quando il legislatore, sollecitato dall'Associazione di Categoria degli Editori, ha proposto la sperimentazione di nuovi canali di vendita, gli stessi editori si sono accollati i maggior costi sostenuti dal distributore riconoscendo un contributo cosiddetto di "portatura" ed hanno, contestualmente, esercitato una selezione sui punti di vendita che i distributori dovevano rifornire, oltre a decidere le quantità della fornitura stessa. Oggi invece, terminata la fase di sperimentazione (e cessato il contributo degli editori) sono i distributori che operano una selezione dei punti di vendita da rifornire.

Peraltro i risultati della sperimentazione¹ hanno permesso di comprendere logiche commerciali e distributive specifiche a questa particolare "merce". L'analisi sulla ripartizione della domanda aggiuntiva è stata effettuata a livello locale su 6 Province Italiane, e riguarda le vendite realizzate nei primi 6 mesi dell'anno 2000, periodo di sperimentazione.

I dati per la Provincia di Milano² sono sintetizzati nella successiva tabella:

		Miliardi di lire	Migliaia di copie
Valore mercato primi 6 mesi 2000	A	301,9	117.968
Valore mercato primi 6 mesi 1999	B	260,3	95.432
Domanda aggiuntiva	C=A-B	41,7	22.536
Di cui in canali di sperimentazione	D	12,5	4.676
Residuo domanda aggiuntiva	E=C-D	29,2	17.860
% sperimentazione in domanda aggiuntiva	F=D*100/C	30,0%	20,8%

Fonte: Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali

La successiva tabella indica il dato relativo al numero medio di copie vendute in ciascuna tipologia di edicola per la Provincia di Milano nel periodo di sperimentazione; tale dato mostra come, nonostante l'ampliamento del numero dei punti di vendita conseguente alla sperimentazione, tutti i canali "tradizionali" abbiano

¹ Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali – a cura del Dipartimento di Economia dell'Università di Parma e del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri – 31 ottobre 2000

² Utilizzeremo il dato relativo a tale Provincia in quanto si tratta della realtà territoriale più prossima (le altre Province sono Parma, Firenze, Roma, Lecce e Palermo); i dati, forniti dalle agenzie di distribuzione, sono riferiti alla quasi totalità della Provincia stessa.

registrato un aumento delle vendite medie.

Dati semestrali	1999	2000
Non in sperimentazione		
Cash & Carry		18.948
Ipermercato	102.972	130.221
Edicola esclusiva	60.034	71.027
Edicola promiscua	48.898	51.708
Distributori carburante	26.681	27.064
Supermercato	29.885	30.393
Sperimentazione		
Bar e Tabaccai		5.835
Distributori carburante		1.696
Esercizio specializzato		437
Ipermercato		58.600
Libreria		13.728
Supermercato		31.869

Fonte: Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali

Emerge con tutta evidenza che, dei canali in “sperimentazione” l’unico che abbia un rilievo effettivamente comparabile con le rivendite “tradizionali”, in termini di copie vendute, è quello rappresentato dagli esercizi della grande distribuzione (ipermercati e supermercati).

Tale canale di vendita presenta specifiche peculiarità: gran parte del venduto di tale canale è rappresentato da riviste periodiche (soprattutto settimanali femminili, televisivi, di cucina e di cucito).

Perciò gli Editori sostengono così fortemente i nuovi canali di vendita, poiché ritengono che, soprattutto gli acquisti effettuati presso la grande distribuzione, provengano da consumatori che abitualmente non frequentano le edicole, e che diversamente non acquisterebbero il prodotto editoriale.

	Edicole tradizionali	Distribuzione organizzata	Altri canali
Quotidiani	95,9	1,9	2,2
Periodici	91,9	7,2	0,9
Altro ³	98,7	1,1	0,1

Fonte: ns elaborazione su dati monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali

³ In tale categoria sono comprese tutte le pubblicazioni con periodicità superiore al trimestre (semestrali, annuali, numeri unici, collezionabili)

Manifestamente le edicole esclusive, con una media di oltre 140.000 copie vendute in un anno per edicola, rimangono il referente principale per gli acquisti di giornali e riviste. Di fatto gli indirizzi regionali di attuazione del d.lgs. 170/01 prendono atto di tale situazione, laddove (art. 6, c. 3) stabiliscono, ai fini della determinazione del rapporto tra abitanti e famiglie residenti e punti di vendita presenti, un'equivalenza di 5 punti di vendita non esclusivi (3 nel caso di rivendite abbinate a supermercati e ipermercati) ad un punto di vendita esclusivo.

Gli editori delle 609 testate a maggior penetrazione (ovvero maggiormente diffuse, e quindi con un mercato meno espandibile), con riferimento ai dati riferiti all'intero territorio nazionale, hanno registrato un incremento significativo seppur limitato (complessivamente pari a +1,7% in termini di numero di copie) delle vendite in corrispondenza della sperimentazione, con valori differenziati che vanno dal +5% per le riviste settimanali, al +11,5% dei quotidiani economici al -1% dei quotidiani nazionali.

Nel complesso possiamo quindi affermare che l'esperienza della sperimentazione ha mantenuto inalterata la centralità della rivendita esclusiva quale canale di vendita di prodotti editoriali⁴, è stata valutata positivamente dai diversi soggetti coinvolti, ed ha portato all'emanazione del d.lgs. 170/01.

2. IL COMUNE DI VIGEVANO ED IL SUO TERRITORIO

Vigevano è un Comune della Provincia di Pavia, posto sulla riva destra del fiume Ticino, a 35 km. circa dal capoluogo; la stessa distanza separa il Comune dalla città di Milano; confina a nord con Cassolnovo; a est con Abbiategrasso, Morimondo, Besate, Motta Visconti e Bereguardo; a sud con Gambolò; a ovest con Mortara, Parona, Cilavegna e Gravellona Lomellina.

⁴ A tal proposito segnaliamo che nel nostro Paese le vendite in abbonamento rappresentano circa il 9% della distribuzione di giornali quotidiani, e non rivestono particolare rilevanza da un punto di vista economico, riguardando soprattutto la distribuzione dei quotidiani economici.

La città di Vigevano è considerata la capitale italiana delle calzature, con una tradizione che risale alla fine del 1800. Alla tradizionale produzione di calzature, che ha reso la città rinomata a livello mondiale, si è affiancato il settore di costruzione di macchinari per calzaturifici.

L'abitato si è sviluppato in modo omogeneo attorno al centro storico, del quale è parte essenziale il complesso storico e architettonico della famosa Piazza Ducale, risalente al 1492, che rappresenta una delle mete di turismo giornaliero più note e frequentate della Regione Lombardia.

Per quanto riguarda la struttura urbanistica del Comune, le caratteristiche sono quelle tradizionali dei nuclei di più antica formazione, con un centro storico compatto dal quale si dipartono, in forma di radiali, le principali vie e strade di collegamento con i Comuni limitrofi.

L'abitato non presenta soluzione di continuità, con l'esclusione delle frazioni di tradizionale individuazione (Sforzesca, localizzata a sud est nel territorio, lungo corso Pavia e Piccolini, a nord ovest, lungo la S.P. 192, che collega Vigevano a Gravellona).

Nell'ambito dell'abitato principale è comunque possibile individuare le seguenti tre zone:

- centro storico: è delimitato dal tracciato delle vecchie mura, rappresentato ad Est nel Naviglio (interrato), a Sud da via Persani e via Terraggio, ad Ovest da via Mulini e Corso Garibaldi, a Nord da Corso Cavour; al suo interno sono ricompresi gli edifici e gli ambiti di più antica formazione e di maggior pregio storico e architettonico;
- semicentro: procedendo da Est in senso orario, è delimitato da Corso Milano, Corso Argentina, Corso Di Vittorio, Corso Brodolini, Corso Genova, il tracciato delle ferrovie, Corso Togliatti, Corso Torino, v.le dei Mille, v.le Montegrappa, v.le Petrarca e v.le Leopardi; si tratta dell'area di prima espansione del nucleo storico del Comune, circondata e delimitata dalle strade di collegamento tra le diverse radiali che raggiungono Vigevano, largamente utilizzate dai residenti come sistema "tangenziale" interno all'abitato;
- periferia: è costituita da tutto il restante territorio, esterno al semicentro.

Le comunicazioni, in Vigevano, sono ottime: infatti, il territorio comunale è attraversato dalla S.S. 494, che in loco prende il nome di v.le dell'Agricoltura, v.le del Commercio, v.le dell'Industria, v.le dell'Artigianato, e che rappresenta il sistema tangenziale "esterno" principale; ad essa si aggiungono la S.P. 192, denominata via Gravellona - Strada Battù, e la S.P. 206, che prende il nome di C.so A. Moro, C.so Nenni, C.so Giovanni XXIII, C.so Togliatti, C.so De Gasperi, C.so Pavia. Inoltre, attraversa Vigevano, con stazione nel nucleo del semicentro, la linea ferroviaria Mortara - Milano.

Dal punto di vista della struttura della rete distributiva e dei servizi, Vigevano, anche grazie alle sue dimensioni demografiche, nettamente superiori a quelle dei Comuni dell'area, esprime una forte funzione di centralità e una vocazione alla presenza di attività commerciali e di servizio destinate a un'utenza sovracomunale, nonostante sia da segnalare la realizzazione, nell'ultimo decennio, di strutture di vendita ampie e moderne nei Comuni limitrofi, che hanno attratto sicuramente consumatori che prima si rivolgevano a Vigevano per i propri acquisti, nonché residenti di Vigevano che attualmente si rivolgono ai Centri Commerciali più prossimi al Comune per i loro acquisti. Per il prossimo futuro, peraltro, è prevista nel Comune la realizzazione di due poli commerciali, già autorizzati a seguito di conferenza di servizi, che sicuramente riaffermeranno la funzione di centralità commerciale del Comune, sia con riferimento ai residenti di Vigevano, sia richiamando consumatori dal suo intorno.

3. IL CONSUMO DI GIORNALI E RIVISTE

Nei prossimi anni i consumi di giornali e riviste certamente cambieranno in parte per l'evoluzione demografica di Vigevano, in parte per le modificazioni delle abitudini rispetto a questo tipo di consumo. Quantificheremo queste due dimensioni per arrivare a determinare la necessità di offerta di questa particolare merce.

3.1 L'evoluzione demografica del Comune di Vigevano e le sue prospettive

ANNO	ABITANTI	FAMIGLIE
1991	60.321	non disponibile
1992	60.933	non disponibile
1993	59.792	non disponibile
1994	59.817	non disponibile
1995	60.003	non disponibile
1996	59.949	non disponibile
1997	59.837	non disponibile
1998	59.542	non disponibile
1999	59.486	non disponibile
2000	59.435	non disponibile
2001	57.450	21.494
2002	57.741	21.397
2003 (al 30.10)	58.774	21.849

Fonte: Comune di Vigevano

Alla stessa data la popolazione residente di Vigevano risultava così suddivisa nelle diverse zone individuate nel Comune:

Zona 1	Centro Storico	4.323 abitanti	1.607 famiglie
Zona 2	Semicentro	24.447 abitanti	9.088 famiglie
Zona 3	Periferia	30.004 abitanti	11.154 famiglie

Come si può osservare nella tabella, nel decennio 1992/2002 la popolazione di Vigevano è diminuita, anche se non costantemente: prescindendo dal considerare i dati relativi all'ultimo triennio (in fase di correzione a seguito della pubblicazione dei risultati ufficiali del Censimento ISTAT 2001, avvenuta nell'aprile dell'anno in corso), nel comune si sono alternati periodi di lieve contrazione demografica a periodi di altrettanto lieve crescita demografica, con una dinamica anagrafica sostanzialmente "neutra".

Per il futuro, il Piano Regolatore Generale non prevede interventi di edilizia residenziale di grande rilevanza, capaci di modificare il trend demografico finora registrato; si prevede, tuttavia, un ciclo di lieve incremento demografico, legato alle

possibilità di incremento delle volumetrie residenziali da attuarsi con interventi di recupero del patrimonio edilizio esistente e di completamento dell'edificato.

E' invece prevista, come precedentemente accennato, la realizzazione di due centri commerciali di ampie dimensioni e attrattività sovracomunale, già autorizzate a seguito di procedura di conferenza di servizi ex art. 9 d.lgs. 114/98: sicuramente tali strutture indurranno sensibili convergenze dall'esterno: l'analisi allegata alla variante degli strumenti urbanistici finalizzati a disciplinare l'insediamento delle attività commerciali in Vigevano ha stimato un bacino d'utenza, per le attività ad attrattività sovracomunale che potranno insediarsi nel territorio, compreso tra le 82.000 persone (per il settore alimentare) e le 85 persone per quello non alimentare.

In definitiva in Comune di Vigevano, nel prossimo biennio, il numero dei residenti e della popolazione fluttuante, è destinata a subire un significativo incremento; in ogni caso, a fini prudenziali, le prospettive di sviluppo della rete delle edicole verranno valutate sulla base della attuale consistenza demografica di Vigevano.

3.2 La composizione e la dinamica delle vendite di giornali e riviste

Per operare una stima concreta delle “... *caratteristiche urbanistiche e sociali delle diverse zone ...*”, si deve innanzitutto notare che il consumo dei giornali e riviste è tra i più elastici in funzione dell'aumento del reddito e dell'avanzare dei processi di modernizzazione che interessano la Società. In altri termini, il livello dei consumi dei prodotti editoriali è estremamente variabile, non solo a livello di ripartizioni geografiche principali (Italia Nord, Centro, Sud e Isole) ma anche, nell'ambito della medesima ripartizione geografica, a livello regionale.

La dimostrazione di questa considerazione è contenuta nella tabella successiva, che mostra i valori, estremamente differenziati riferiti alle singole Regioni; si evidenzia che a livelli diversi di redditi e di modernizzazione corrispondono altrettanti e diversissimi livelli di lettura dei giornali.

Si noti che le Regioni a forte vocazione turistica (ad esempio Liguria e Sardegna) hanno un livello di lettura significativamente più elevato rispetto alla media della rispettiva ripartizione geografica, verosimilmente dovuto alle convergenze di consumatori provenienti da altre Regioni che, nel periodo di maggior afflusso turistico, si aggiungono ai residenti e incrementano la domanda di prodotti editoriali.

ARTICOLAZIONE REGIONALE DELLE VENDITE DI QUOTIDIANI (anno 2001)

	Copie vendute	Copie per 1.000 ab.
PIEMONTE	445.518	104
VALLE D'AOSTA	15.796	131
LOMBARDIA	1.219.201	134
TRENTINO ALTO ADIGE	179.714	191
VENETO	500.531	110
FRIULI VENEZIA GIULIA	199.821	168
LIGURIA	296.243	183
EMILIA ROMAGNA	565.739	141
TOSCANA	455.840	128
UMBRIA	75.300	90
MARCHE	139.943	95
LAZIO	722.900	136
ABRUZZO	93.694	73
MOLISE	15.053	46
CAMPANIA	299.223	52
PUGLIA	223.605	55
BASILICATA	24.815	41
CALABRIA	106.147	52
SICILIA	264.553	52
SARDEGNA	213.766	130
Totale	6.057.403	105
NORD	3.422.564	132
CENTRO	1.393.983	125
SUD e ISOLE	1.240.856	60

Fonte: ns. elaborazione su dati FIEG "La stampa in Italia 1999-2002"

Un ulteriore parametro da valutare è quello “... dell'entità delle vendite ...”. Il parametro di riferimento sarà quello del numero di copie effettivamente vendute quotidianamente; il periodo considerato è quello l'ultimo triennio, e quindi superiore a quanto richiesto dal d.lgs. 170/01 e dagli indirizzi regionali.

La successiva tabella mostra come il livello di vendita, per i quotidiani (unico dato disponibile), abbia subito un limitato ma costante incremento delle vendite nel triennio 1999/2001:

	1999	200	2001	Var.% 99/01
TOT. NORD	3.372.730	3.470.253	3.422.564	1,48
TOT. ITALIA	5.913.514	6.073.158	6.057.403	2,43

Fonte: ns. elaborazione su dati FIEG "La stampa in Italia 1999-2002"

Al fine di determinare le potenzialità di acquisto di prodotti editoriali, partiremo da un'analisi dei livelli di vendita, in termini di numero di copie/giorno. La successiva tabella indica quindi il numero totale di copie vendute giornalmente a livello nazionale e regionale.

	QUOTIDIANI Vendite anno-n° copie		QUOTIDIANI Copie per 1000 abitanti	
	2000	2002	2000	2001
Lombardia	1.240.124	1.219.201	136	134
Italia Nord-Ovest	3.470.253	3.422.564	134	132
TOTALE ITALIA	6.073.158	6.057.403	105	105

Fonte: Elaborazione Fieg – La stampa in Italia (1999 - 2002)

La potenzialità di acquisto della popolazione residente sarà determinata stimando che gli acquisti delle pubblicazioni di diversa periodicità sia proporzionale a quella dei quotidiani; in altri termini, stimiamo che se la quota di vendita dei quotidiani sul complesso del venduto rappresentava, al 2000, il 69,22% del totale, oltre all'acquisto di 134 quotidiani, ogni 1.000 abitanti si potrà avere un acquisto di 60 riviste.

L'incidenza percentuale delle vendite delle diverse pubblicazioni é indicata nella successiva tabella:

Dati Prov. MI - vedi nota 3, pag. 3, del presente Piano	Vendite anno 1999		Vendite anno 2000	
	n° copie	%	n° copie	%
Quotidiano	686.728.342	70,05	689.711.975	69,22
Settimanale	216.100.470	22,04	226.838.053	22,76
Mensile	74.578.442	7,61	77.119.056	7,74
Ultramensile	2.882.744	0,29	2.798.777	0,28
TOTALE	980.289.998	100,00	996.467.861	100,00

Fonte: Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali

I dati di acquisto per i residenti della Regione Lombardia, cui faremo riferimento nel prosieguo del presente studio, saranno quindi i seguenti:

	Proiezione anno 2000	
	Copie X 1000 ab	%
Quotidiano	136	69,22
Settimanale	45	22,76
Mensile	15	7,74
Ultramensile	1	0,28
TOTALE	197	100,00

Fonte: Ns. Elaborazione su dati Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita de giornali e su dati FIEG

Rapportando tali dati ai consumatori residenti in Vigevano (cui aggiungeremo la domanda espressa dai turisti) per le 330 giornate attribuite a ciascun anno solare (considerando una media di 35 giorni tra ferie estive, assenze per fine settimana, festività e giornate di sciopero del settore, in cui non vengono pubblicati i giornali), e per ciascuna delle zone nelle quali è stato suddiviso il territorio comunale, otterremo le seguenti potenzialità di acquisto:

	Totale Comune di Vigevano			
	CopieX1000 ab	Abitanti al 30.10.2003	Copie/giorno	Copie/anno
Quotidiano	136	58.774	7.993	2.637.777
Settimanale	45		2.645	872.794
Mensile	15		882	290.931
Ultramensile	1		59	19.395
TOTALE	197		11.578	3.820.898

	Zona 1 – Centro storico			
	CopieX1000 ab	Abitanti al 30.10.2003	Copie/giorno	Copie/anno
Quotidiano	136	4.323	588	194.016
Settimanale	45		195	64.197
Mensile	15		65	21.399
Ultramensile	1		4	1.427
TOTALE	197		852	281.038

Zona 2 - semicentro				
	CopieX1000 ab	Abitanti al 30.10.2003	Copie/giorno	Copie/anno
Quotidiano	136	24.447	3.325	1.097.181
Settimanale	45		1.100	363.038
Mensile	15		367	121.013
Ultramensile	1		24	8.068
TOTALE	197		4.816	1.589.299

Zona 3 - periferia				
	CopieX1000 ab	Abitanti al 30.10.2003	Copie/giorno	Copie/anno
Quotidiano	136	30.004	4.081	1.346.580
Settimanale	45		1.350	445.559
Mensile	15		450	148.520
Ultramensile	1		30	9.901
TOTALE	197		5.911	1.950.560

Fonte: Ns. Elaborazione su dati Monitoraggio della sperimentazione dell'allargamento della rete di vendita dei giornali, su dati FIEG e su dati anagrafici Comune di Vigevano

4. LA RETE DELLE EDICOLE DI VIGEVANO

In Vigevano sono presenti 29 edicole esclusive, 11 delle quali abbinano alla vendita di giornali e riviste quella di altri prodotti non alimentari, mentre le altre 18 vendono esclusivamente giornali e riviste.

Sono state inoltre validamente presentate 31 comunicazioni di adesione alla sperimentazione di cui alla l. 108/99; solo due di queste, rispettivamente abbinate ad un'attività di somministrazione di bevande e a un supermercato, hanno effettuato la vendita di prodotti editoriali, e sono pertanto da considerarsi da autorizzare, ai sensi di legge, come edicole non esclusive.

Tali edicole risultano quindi così suddivise tra le diverse zone individuate nel territorio comunale (segnaliamo che nell'ambito della zona semicentrale è ricompresa l'edicola esclusiva localizzata all'interno della stazione FF.SS. di Vigevano, e che nella zona periferica sono conteggiate anche le edicole esclusive che si inseriscono rispettivamente nelle frazioni di Sforzesca e di Piccolini):

	Centrale	Semicentro	Periferia	TOTALE
Esclusive solo edicola	6	11	1	18
Esclusive con altri generi	1	3	7	11
Non esclusive	0	0	2	2
TOTALE	7	14	10	31

5. IL MERCATO DELLE RIVENDITE DI GIORNALI E RIVISTE IN VIGEVANO – ANALISI DEI PARAMETRI REGIONALI, CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE ED IPOTESI DI PIANO.

I criteri e i parametri di cui tener conto ai fini del rilascio di una nuova autorizzazione per la vendita di giornali e riviste, sia di tipo esclusivo che non esclusivo, sono stati determinati dalla Regione Lombardia con l’emanazione degli Indirizzi Regionali di attuazione del d.lgs. 170/01, e più precisamente all’art. 6 del medesimo provvedimento.

Più in dettaglio, gli aspetti da considerare sono i seguenti:

- Rapporto tra abitanti e famiglie residenti e rivendite esistenti (per le edicole non esclusive si considera un’equivalenza di 5 rivendite - ridotte a 3 nel caso di abbinamento a medie e grandi strutture di vendita - non esclusive ad una esclusiva);
- entità delle vendite di quotidiani e periodici nell’ultimo biennio;
- caratteristiche urbanistiche e sociali del Comune e delle eventuali frazioni o quartieri.

Come abbiamo visto al precedente paragrafo 4, attualmente in Vigevano sono autorizzate 29 edicole esclusive e 2 non esclusive.

A determinati valori del rapporto abitanti/rivendite e famiglie/rivendite, l’art. 6, c. 3, degli indirizzi regionali attribuisce specifici valori di punteggio, utili a definire la possibilità di procedere ad un incremento dei punti di vendita esclusivi; in concreto, il calcolo del rapporto tra abitanti e famiglie residenti e rivendite riferito al complesso del Comune di Vigevano e alle sue singole zone sarà quindi il seguente:

TOTALE COMUNE DI VIGEVANO

A		B		
Abitanti al 30.10.03 58.774	Rivendite esistenti 29,53	Rapporto A/B 1.990	Punteggio 0,50	TOTALE 0,75
Famiglie al 30.10.03 21.849	29,53	740	0,50	

ZONA 1 – CENTRO STORICO

A		B		
Abitanti al 30.10.03 4.323	Rivendite esistenti 7,00	Rapporto A/B 617	Punteggio 0,25	TOTALE 0,50
Famiglie al 30.10.03 1.607	7,00	230	0,25	

ZONA 2 - SEMICENTRO

A		B		
Abitanti al 30.10.03 24.447	Rivendite esistenti 14,00	Rapporto A/B 1.746	Punteggio 0,50	TOTALE 0,75
Famiglie al 30.10.03 9.088	14,00	649	0,25	

ZONA 3 - PERIFERIA

A		B		
Abitanti al 30.10.03 30.004	Rivendite esistenti 8,53	Rapporto A/B 3.517	Punteggio 1,00	TOTALE 2,00
Famiglie al 30.10.03 11.154	8,53	1.308	1,00	

Per le singole zone la situazione appare fortemente differenziata: si passa infatti dalla realtà della zona centrale, dove, come avviene nella generalità delle realtà comunali, soprattutto di dimensioni medio-grandi, la rete delle rivendite è articolata e diffusa, pur in presenza di una quota di popolazione residente inferiore al 5% del totale complessivo degli abitanti del Comune: anzi, è possibile affermare che in Vigevano, dove alla funzione di centralità espressa normalmente dai comuni di maggiori dimensioni demografiche si abbina un'attrattività turistica e storica di indubbia rilevanza, la situazione attuale è di dotazione particolarmente elevata, giustificabile solo grazie alle valenze architettoniche del Centro Storico, che lo propongono come ambito "rappresentativo" rispetto ai visitatori di tutti i Comuni della zona.

Diversa è la situazione delle ulteriori zone, dove si passa dalla sovra dotazione, sebbene meno marcata che non per la zona del Centro Storico, della zona

semicentrale, dove si localizzano la gran parte delle attività destinate all'utilizzo da parte dei residenti, alla decisa carenza riferita alla periferia, dove il rapporto è addirittura pari a 2.

Tali dati tuttavia devono essere integrati dall'analisi della situazione concreta dei livelli di vendite registrate nel Comune di Vigevano nell'ultimo biennio (il dato, coerentemente con le esigenze di tutela delle informazioni fornite, è stato utilizzato solo in forma rigorosamente aggregata). I risultati del censimento effettuato presso i rivenditori di giornali e riviste al fine della predisposizione del presente Piano hanno evidenziato una lieve contrazione delle vendite, complessivamente pari al 2,37% in termini di numero di copie vendute, concentrata nel settore dei quotidiani, che hanno visto una diminuzione del venduto del 3,64%, mentre, per i periodici la contrazione è stata decisamente inferiore, pari all'1,49%.

In dettaglio hanno risposto all'indagine 8 operatori sui 31 autorizzati, ovvero circa il 25% delle rivendite esistenti*. Si tratta di un numero ridotto, che non ha permesso di realizzare una valutazione specifica per ciascuna delle zone individuate nel Comune, considerato che per la zona periferia un unico operatore ha risposto all'indagine.

In definitiva, dobbiamo affermare che, sulla base dell'analisi dei parametri regionali, non vi sono condizioni tali da permettere l'inserimento di ulteriori edicole esclusive nell'ambito della zona 1 Centro Storico, dove, come abbiamo visto, si concentrano il 24% delle edicole esclusive autorizzate e il 7,4% dei residenti (con un rapporto di un'edicola ogni 617 abitanti); fermo restando il diritto acquisito dagli operatori in attività alla data attuale, di tale elevata dotazione di edicole in un ambito territorialmente ristretto e demograficamente non elevato, si dovrà tener conto anche nel valutare la possibilità di introdurre incentivi al trasferimento delle attività in essere in tale zona verso altre parti del Comune (evitando così incrementi nel numero complessivo delle attività autorizzate) e anche limiti di distanza tra edicola ed edicola

* Si ringraziano in questa sede i titolari delle rivendite che hanno risposto al questionario dell'Amministrazione per la fattiva e preziosa collaborazione.

in caso di trasferimento delle edicole esclusive.

Per la zona 2 Semicentro, la situazione, in prima istanza, appare di sovra dotazione, seppur meno marcata rispetto a quanto rilevato per la zona del Centro Storico; in questa zona, infatti, sono inserite quasi la metà delle autorizzazioni per edicole esclusive presenti nel Comune (precisamente il 48,2%) a fronte di una rilevanza, in termini demografici, del 41,6%: il rapporto è di 1.746 abitanti per ciascuna edicola esclusiva (si tratta di un rapporto quasi triplo rispetto a quello già rilevato per la zona del Centro Storico): riteniamo quindi sia da escludere l'inserimento di nuove edicole esclusive, salvo che le stesse non vengano insediate a seguito di trasferimento dalla zona del Centro Storico, poiché in tal caso si avrebbe un effetto di riequilibrio nella consistenza dell'offerta complessiva, e l'edicola trasferita, che potrebbe comunque contare sulla clientela già consolidata nell'ambito del Comune, non avrebbe un effetto destabilizzante della rete esistente. Naturalmente, considerata la situazione di questa zona, dovranno essere previsti limiti distanziometrici anche per il caso di trasferimento delle edicole già autorizzate alla data della presente analisi.

Da ultimo, per la zona 3 Periferia, oltre a registrarsi una sottodotazione (in tale zona sono localizzate il 27,6% delle edicole esclusive e la totalità – 2 attività – delle edicole non esclusive, e vi risiede oltre la metà – 51% - della popolazione complessiva, con un'edicola – esclusiva e non esclusiva – ogni 3.517 abitanti) a seguito dell'applicazione dei parametri previsti dalla D.C.R. 10 luglio 2002, n. VII/549, dobbiamo rilevare che la localizzazione delle rivendite autorizzate non appare tale da assicurare un corretto livello di accessibilità, e quindi di servizio, ai residenti e alla popolazione fluttuante che frequenta il Comune, soprattutto per quanto riguarda la parte sud di tale zona (corrispondente alla parte della periferia delimitata a nord dal tracciato della Roggia Vecchia a est e dall'asse composto da via Podgora, viale Libertà, via Bertolini e viale Indipendenza – e quindi fino alla zona industriale del Comune - a ovest), dove sono presenti solo 4 edicole, di tipo esclusivo, comprendendo quella situata in frazione Sforzesca. Tale situazione di grave

sottodotazione sarà, nel prossimo futuro, accentuata dal fatto che gli unici interventi urbanistici rilevanti ai fini di un incremento localizzato della popolazione fluttuante che fa riferimento a Vigevano, saranno le due grandi strutture di vendita, cui si è già fatto cenno, previste proprio per il settore sud della zona 3.

In definitiva, prevediamo una possibile autorizzazione per edicola esclusiva nell'ambito del comparto urbanistico interessato dall'insediamento della struttura commerciale, già autorizzata a seguito di conferenza di servizio ex art. 9 d.lgs. 114/98, localizzata lungo viale delle Industrie.

L'attivazione di questa edicola esclusiva sarà subordinata all'attivazione di attività di commercio al minuto prevista per ogni comparto della struttura commerciale sopra evidenziata.

Per quanto riguarda invece i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura di punti di vendita non esclusivi, in Vigevano sono già presenti due rivendite per tale tipologia, entrambe localizzate nella zona 3 Periferia, che assicurano nel territorio la vendita di prodotti editoriali con modalità alternative rispetto alle edicole tradizionali.

In ogni caso, non si ritiene di dover ammettere ulteriori rivendite per questa tipologia nell'ambito delle zone 1 Centro Storico e 2 Semicentro, dove il servizio appare già assicurato da una sufficiente dotazione di edicole esclusive, e dove apparirebbe difficoltoso (a causa delle già critiche condizioni viabilistiche e di parcheggio), assicurare corrette condizioni di accessibilità a questi punti di vendita.

Invece per la zona 3 Periferia, sarà ammesso l'insediamento di nuove edicole non esclusive, purché queste siano localizzate in modo da assicurare un servizio in prossimità delle porzioni di abitato che attualmente ne sono prive: saranno quindi autorizzabili unicamente le edicole non esclusive poste a non meno di 1.000 mt. dall'edicola, esclusiva o non esclusiva, più prossima, da calcolarsi attraverso il percorso pedonale più breve.

Potrà costituire eccezione a questo limite l'edicola non esclusiva che andrà a porsi all'interno della struttura commerciale già autorizzata da conferenza di servizio

ex art. 9 d.lgs. 114/98, prevista nell'ambito territoriale posto tra via S. Maria e viale del Commercio, in relazione alla grande attrattività ed al forte richiamo di clientela che la struttura stessa svolgerà, per la quale, pertanto, la distanza dalla più prossima rivendita esclusiva o non esclusiva potrà essere inferiore a 1.000 mt.

Per tutto il territorio comunale, saranno sempre ammesse (senza applicazione di limiti numerici o distanziometrici) le edicole non esclusive inserite in esercizi di vicinato che pongano in vendita riviste specializzate nella medesima merceologia già oggetto di vendita (modellismo, taglio e cucito, fotografia, ecc.), poiché si tratta di pubblicazioni estremamente specializzate, spesso con periodicità superiore al mese, a volte in lingua straniera, che non incidono significativamente sul mercato editoriale.

Per quanto riguarda i trasferimenti, come abbiamo visto, si dovrà considerare l'esigenza di procedere al riequilibrio dell'offerta con riferimento al complesso del territorio comunale, il che suggerisce di ammettere il trasferimento delle rivendite attualmente autorizzate nell'ambito della zona 1 Centro Storico verso le altre zone del Comune. Si propone pertanto di determinare che le edicole autorizzate alla data di adozione del presente Piano possano sempre trasferirsi nell'ambito della medesima zona (più precisamente individuata al seguente paragrafo 6), determinando tuttavia dei limiti di distanza (da calcolarsi attraverso il percorso pedonale più breve) rispetto alle ulteriori rivendite presenti nella zona o nelle zone contigue.

I limiti saranno differenziati per zona, perché ogni zona ha caratteristiche sociali ed urbanistiche diverse. In particolare, i trasferimenti all'interno della zona 1 Centro Storico saranno ammessi col rispetto di una distanza minima tra le edicole di 200 mt; per la zona 2, dove i vincoli relativi alla tipologia edilizia sono sicuramente meno forti che nel Centro Storico, la distanza minima da rispettare in caso di trasferimenti interni sarà di 400 mt; per i medesimi motivi, sarà ancora superiore, pari a 600 mt, per la zona 3. In ogni caso, dovrà essere fatto salvo il rispetto di situazioni di minor distanza tra edicola ed edicola già in essere alla data di approvazione del presente Piano.

Per favorire il riequilibrio del servizio nell'ambito del complesso del territorio

di Vigevano, saranno inoltre ammessi i trasferimenti delle rivendite esclusive autorizzate alla data di adozione del presente Piano nell'ambito della zona 1 Centro Storico verso altre zone del Comune, sempre nel rispetto dei limiti di distanza fissati per i trasferimenti interni a ciascuna zona.

6. INDIVIDUAZIONE DELLE ZONE DI LOCALIZZAZIONE E NECESSITA' DI EDICOLE ESCLUSIVE

Ai fini del rilascio e della la gestione delle attività di edicola esclusiva, nonché per l'applicazione dei criteri generali per l'insediamento di edicole non esclusive, nel territorio del Comune di Vigevano sono individuate le seguenti zone:

Zona 1 Centro Storico corrispondente alla parte di edificato delimitata dal tracciato delle vecchie mura, rappresentato ad Est nel Naviglio (interrato), a Sud da via Persani e via Terraggio, ad Ovest da via Mulini e Corso Garibaldi, a Nord da Corso Cavour;

Zona 2 Semicentro corrispondente alla parte di edificato delimitata, procedendo da Est in senso orario, da Corso Milano, Corso Argentina, Corso Di Vittorio, Corso Brodolini, Corso Genova, il tracciato delle ferrovie, Corso Togliatti, Corso Torino, v.le dei Mille, v.le Montegrappa, v.le Petrarca e v.le Leopardi;

Zona 3 Periferia corrispondente al resto territorio, non ricompreso nelle precedenti zone 1 e 2 e con esclusione degli ambiti di cui alle successive zone 3 bis e 3 ter;

Zona 3 bis corrispondente all'ambito localizzato lungo viale delle Industrie destinato all'insediamento di una grande struttura di vendita già autorizzata a seguito di conferenza di servizi ex art. 9 d.lgs. 114/98.

Con riferimento a tali zone, l'insediamento delle edicole esclusive sarà ammesso nei limiti previsti dai seguenti prospetti:

TOTALE COMUNE DI VIGEVANO		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
29	1	30

Zona 1 – Centro Storico		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
7	0	7

Zona 2 – Semicentro		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
14	0	14

Zona 3 – Periferia		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
8	0	8

Zona 3bis – Ambito commerciale di Viale delle Industrie		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
0	1	1

Normativa di Piano

Normativa di Piano

Art. 1	Norme di riferimento e definizioni	pag.	27
Art. 2	Requisiti per l'esercizio dell'attività di vendita	pag.	28
Art. 3	Suddivisione in zone del territorio comunale	pag.	29
Art. 4	Autorizzazione amministrativa per rivendita esclusiva	pag.	30
Art. 5	Trasferimento e/o ampliamento di rivendite esclusive già autorizzate	pag.	32
Art. 6	Autorizzazione amministrativa per rivendita non esclusiva	pag.	34
Art. 7	Rivendite di giornali e riviste escluse dall'obbligo di autorizzazione amministrativa	pag.	37
Art. 8	Modalità di vendita e divieti	pag.	38
Art. 9	Concessione di suolo pubblico	pag.	39
Art.10	Subingressi	pag.	40
Art.11	Revoca dell'autorizzazione	pag.	41
Art.12	Comunicazioni ad altri soggetti	pag.	42
Art.13	Necessità ulteriori edicole e durata del presente Piano	pag.	43

ART.1 NORME DI RIFERIMENTO E DEFINIZIONI

Il rilascio di autorizzazioni per la vendita della stampa quotidiana e periodica é disciplinato dal d.lgs. 170/01; per quanto non previsto e disciplinato dal suddetto d.lgs. 170/01, si applica il d.lgs. 114/98, recante disciplina del settore del commercio.

Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola in:

10. **Punti di vendita esclusivi** – esercizi previsti nel presente Piano Comunale di Localizzazione tenuti alla vendita sia della stampa quotidiana che di quella periodica e in ogni caso gli esercizi autorizzati ai sensi dell'art. 14, l. 416/81; tali rivendite possono comunque destinare una parte non superiore al 30% della superficie di vendita autorizzata alla commercializzazione di altri generi non alimentari o di pastigliaggi, senza necessità di presentare ulteriore comunicazione di cui all'art. 7 d.lgs. 114/98; la vendita dei prodotti editoriali deve essere effettuata in locali separati dalle eventuali altre attività commerciali o di servizio contigue, fatti salvi i diritti acquisiti dagli operatori già autorizzati alla data del 29 maggio 2001;

11. **Punti di vendita non esclusivi** – esercizi che, in aggiunta alle merci di cui al successivo art. 6 sono autorizzati alla vendita di soli quotidiani o di soli periodici; sono considerati punti di vendita non esclusivi anche gli esercizi che, avendo effettuato la vendita di quotidiani o periodici o di entrambi i prodotti a seguito di sperimentazione ai sensi dell'art. 1, l. 108/99, hanno ottenuto l'autorizzazione prevista dall'art. 4, c. 1, l. 108/99 o dall'art. 2, c. 4, d.lgs. 170/01, per la vendita di quotidiani o periodici o per entrambi i prodotti.

ART.2 REQUISITI PER L'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ DI VENDITA

L'attività di vendita di giornali e riviste, in forma esclusiva o non esclusiva, può essere esercitata da tutti i soggetti, persone fisiche o società di persone o di capitali, in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 d.lgs. 114/98.

Non possono esercitare l'attività di vendita di giornali e riviste, per la durata di cinque anni a decorrere dal giorno in cui la pena é stata scontata o si sia in altro modo estinta, o dal giorno del passaggio in giudicato della sentenza di sospensione condizionale della pena:

- a) coloro che sono stati dichiarati falliti;
- b) coloro che hanno riportato una condanna, con sentenza passata in giudicato, per delitto non colposo per il quale é prevista una pena detentiva non inferiore nel minimo a tre anni, e per la quale é stata applicata una pena superiore al minimo;
- c) coloro che hanno riportato una condanna, con sentenza passata in giudicato, a pena detentiva per i delitti di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;
- d) coloro che hanno riportato, nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, due o più condanne, con sentenza passata in giudicato, a pena detentiva o a pena pecuniaria per uno dei delitti previsti dagli articoli 442, 444, 513, 513-bis, 515, 516 e 517 C.P., o per delitti di frode nella preparazione o nel commercio degli alimenti;
- e) coloro che sono sottoposti ad misure di prevenzione di cui alla l. 1423/56, o nei cui confronti sia stata applicata una delle misure di cui alla l. 575/65, ovvero siano stati dichiarati delinquenti abituali, professionali o per tendenza.

In caso di società, il possesso dei requisiti di cui all'art. 5 d.lgs. 114/98 è richiesto con riferimento a tutti i soggetti (amministratori e soci) indicate all'art. 2 D.P.R. 252/98.

ART.3 SUDDIVISIONE IN ZONE DEL TERRITORIO COMUNALE

Ai fini dell'applicazione delle disposizioni di cui al presente Piano, le zone di localizzazione delle attività di rivendita di giornali e riviste, esclusive e non esclusive, sono le seguenti:

Zona 1 Centro Storico corrispondente alla parte di edificato delimitata dal tracciato delle vecchie mura, rappresentato ad Est nel Naviglio (interrato), a Sud da via Persani e via Terraggio, ad Ovest da via Mulini e Corso Garibaldi, a Nord da Corso Cavour, comprensiva di entrambi i lati delle vie che delimitano la zona;

Zona 2 Semicentro corrispondente alla parte di edificato delimitata, procedendo da Est in senso orario, da Corso Milano, Corso Argentina, Corso Di Vittorio, Corso Brodolini, Corso Genova, il tracciato delle ferrovie, Corso Togliatti, Corso Torino, v.le dei Mille, v.le Montegrappa, v.le Petrarca e v.le Leopardi, comprensiva di entrambi i lati delle vie che delimitano la zona;

Zona 3 Periferia corrispondente al resto territorio, non ricompreso nelle precedenti zone 1 e 2 e con esclusione degli ambiti di cui alle successive zone 3 bis e 3 ter;

Zona 3 bis corrispondente all'ambito localizzato lungo viale delle Industrie destinato all'insediamento di una grande struttura di vendita già autorizzata a seguito di conferenza di servizi ex art. 9 d.lgs. 114/98.

ART.4 AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA PER RIVENDITA ESCLUSIVA

L'apertura di un punto di vendita esclusivo di giornali e riviste é soggetto ad autorizzazione rilasciata dal Dirigente del settore competente, nel rispetto di quanto previsto all'art. 13 del presente Piano di Localizzazione. In caso di cessazione o revoca di autorizzazione di edicole esclusive autorizzate alla data di approvazione del presente Piano, si dovrà procedere al rilascio di un'autorizzazione per la medesima zona, nel rispetto dei limiti minimi di distanza previsti dal successivo art. 5 per il caso di trasferimento.

Unitamente alla domanda di autorizzazione di cui al precedente comma, l'interessato che non sia già titolare di attività di vendita in sede fissa di prodotti del settore non alimentare, dovrà presentare, con l'utilizzo della modulistica COM1 o di altri modelli prescritti dalla Regione, comunicazione di apertura di esercizio di vicinato nel rispetto delle disposizioni di cui all'art. 7, d.lgs. 114/98. La presentazione della comunicazione può essere effettuata anche tramite raccomandata con avviso di ricevimento.

Tale comunicazione dovrà contenere i seguenti elementi essenziali:

- a) dichiarazione dell'interessato di essere in possesso dei requisiti morali e/o professionali di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/98;
- b) dichiarazione di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
- c) l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

L'istanza di autorizzazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non é soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

Ai fini dell'istruttoria delle pratiche relative al rilascio delle autorizzazioni che dovranno collocarsi all'interno delle grandi strutture di vendita della zona 3bis di cui al precedente art. 3, si considereranno come contestuali tutte le istanze presentate entro i termini, non inferiori a 30 giorni, indicati nell'apposito bando da pubblicare all'albo pretorio (in caso di domande presentate tramite il servizio postale, farà fede il timbro a data apposto dall'Ufficio Postale accettante).

Verranno considerate procedibili le sole domande corredate da espressa dichiarazione di assenso e disponibilità dei locali sottoscritta dal soggetto proprietario dello spazio da adibire a rivendita di giornali e riviste.

Nel caso in cui pervenissero più domande, ritenute valide in sede di istruttoria, si provvederà alla redazione di una graduatoria. Verrà assegnata priorità ai soggetti già titolari di autorizzazione per edicola esclusiva che vogliano trasferire la propria attività nell'ambito della zona 3bis; in tal caso non si renderà disponibile nessuna autorizzazione per nuove attivazioni nell'ambito della zona di provenienza dell'autorizzazione oggetto di trasferimento, ovvero si procederà a ridurre di una unità la necessità di edicole esclusive nell'ambito di tale zona, senza che ciò costituisca revisione del presente Piano. Entro il termine di due anni dal trasferimento il Comune riconosce la possibilità di ritrasferire l'azienda nella zona di provenienza, ripristinando la situazione pregressa. In tal caso si procederà alla nuova assegnazione con la stessa procedura sopra riportata e cioè dando priorità ai soggetti già titolari di autorizzazione per edicola esclusiva in Vigevano.

Per le eventuali ulteriori istanze, si procederà tramite sorteggio pubblico.

Il soggetto che risulterà primo in graduatoria avrà precedenza al rilascio di autorizzazione amministrativa per rivendita esclusiva; in caso di rinuncia o disponibilità di altra autorizzazione si procederà scorrendo la graduatoria predetta. Esaurito l'iter la graduatoria perderà efficacia.

ART.5 TRASFERIMENTO E/O AMPLIAMENTO DI RIVENDITE ESCLUSIVE GIÀ AUTORIZZATE

Nell'ambito delle zone di cui al precedente art. 3, il trasferimento delle edicole esclusive autorizzate alla data di approvazione del presente Piano sarà sempre possibile, nel rispetto delle seguenti distanze minime, da calcolarsi attraverso il percorso pedonale più breve:

Zona 1	200 mt
Zona 2	400 mt
Zona 3	600 mt
Zona 3bis	nessun limite di distanza

Per favorire il riequilibrio del servizio nell'ambito del complesso del territorio di Vigevano, sarà inoltre ammesso il trasferimento delle edicole esclusive autorizzate alla data di adozione del presente Piano nell'ambito della zona 1 Centro Storico verso altre zone del Comune, sempre nel rispetto dei limiti di distanza fissati al precedente comma per i trasferimenti interni a ciascuna zona.

E' fatto salvo il rispetto di situazioni di minor distanza tra edicola ed edicola già in essere alla data di approvazione del presente Piano

Il trasferimento è soggetto a comunicazione preventiva e 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 dovrà essere presentata mediante utilizzo della modulistica COM1 o degli eventuali altri modelli prescritti dalla Regione e dovrà contenere gli elementi essenziali di cui al comma 3 del precedente articolo 4.

La comunicazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non é soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

In ogni caso, a seguito del trasferimento, l'Amministrazione Comunale dovrà procedere ad annotare sull'autorizzazione alla vendita di giornali e riviste già in possesso dell'interessato la nuova ubicazione della rivendita.

L'ampliamento di una rivendita esclusiva è soggetto a semplice comunicazione, e potrà essere effettuato trascorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione da parte dell'Amministrazione Comunale.

ART.6 AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA PER RIVENDITA NON ESCLUSIVA

Nell'ambito del territorio comunale potranno essere autorizzate all'esercizio dell'attività di edicola non esclusiva di cui all'art. 2, c. 3, d.lgs. 170/01 esclusivamente le attività che si collochino nella zona 3 Periferia (come definita all'art. 3 della presente Normativa) e che siano poste ad una distanza da altri punti di vendita, esclusivi e/o non esclusivi, calcolata per il percorso pedonale più breve, superiore a 1.000 mt.

Potrà costituire eccezione, ai parametri di cui sopra, l'edicola non esclusiva che sarà posta all'interno della struttura commerciale già autorizzata da conferenza di servizio ex art. 9 d.lgs. 114/98 prevista nell'ambito territoriale posto tra via S.Maria e viale del Commercio.

Le limitazioni di cui al precedente comma non si applicheranno alle edicole non esclusive da realizzarsi in esercizi di vicinato che intendano porre in vendita riviste specializzate nella medesima merceologia già oggetto di vendita (modellismo, taglio e cucito, fotografia, ecc.) da localizzarsi in qualsiasi parte del territorio comunale.

L'apertura di un punto di vendita non esclusivo di giornali e riviste é soggetto ad autorizzazione rilasciata dal Dirigente del settore competente, nel rispetto dei criteri generali determinati dall'Amministrazione per il rilascio delle autorizzazioni per rivendite non esclusive, ai richiedenti titolari di autorizzazione o altro atto abilitativo all'esercizio di:

- a) rivendita di generi di monopolio;
- b) rivendita di carburanti con superficie pari o superiore a 1.500 mq;
- c) attività di somministrazione di bevande di cui all'art. 5, lett. b), o all'art. 3, c. 6, lett. c) l. 287/91;

- d) strutture di vendita di cui all'art. 4, c. 1, lett. e) – media struttura, f) – grande struttura, g) – centro commerciale, d.lgs. 114/98 con superficie pari o superiore a 700 mq;
- e) prevalente vendita di libri con superficie pari o superiore a 120 mq;
- f) vendita specializzata di particolari tipologie merceologiche (es. articoli sportivi, modellismo, ecc.) con riferimento alla vendita di riviste di analoga specializzazione.

La domanda di autorizzazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non é soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore e deve contenere i seguenti elementi:

- a) ubicazione e estremi dell'autorizzazione o dell'atto abilitativo dell'esercizio di cui al precedente comma 1;
- b) tipologia di prodotti editoriali che si intende mettere in vendita (giornali e/o riviste);
- c) dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 1, c. 1, lett. d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7), l. 108/99;

E' dovuto il rilascio dell'autorizzazione per edicola non esclusiva ai soggetti che hanno effettuato la vendita di prodotti editoriali previa comunicazione di adesione alla sperimentazione di cui all'art. 1, l. 108/99; i soggetti che, pur avendo presentato comunicazione suddetta, non hanno effettuato la vendita di prodotti editoriali, hanno, per il periodo di 30 giorni a far data dall'adozione del presente Piano di Localizzazione, titolo di priorità ai fini del rilascio dell'autorizzazione per edicola non esclusiva, fermo restando il rispetto delle prescrizioni di cui al precedente comma.

Il trasferimento dei punti di vendita non esclusivi è soggetto ad autorizzazione

comunale, sarà possibile solo nell'ambito della medesima zona (come definite dall'art. 3 della presente Normativa) e nel rispetto delle limitazioni di cui ai precedenti commi 1 e 2.

L'attività di vendita non esclusiva autorizzata ai sensi dell'art. 2, c. 2, d.lgs. 170/01 non potrà trasferirsi separatamente dalla congiunta attività di cui al comma 3 del medesimo articolo; la cessazione o la revoca dell'attività di cui al comma 3 comporteranno la restituzione o la revoca dell'autorizzazione per il punto di vendita non esclusivo.

ART.7 RIVENDITE DI GIORNALI E RIVISTE ESCLUSE DALL'OBBLIGO DI AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA

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 dai 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 e pensioni, purché effettuata unicamente a favore della clientela ospitata;
- 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 la vendita di pubblicazioni della stampa estera che non abbiano le caratteristiche di cui al comma precedente è necessario il possesso dell'autorizzazione di cui all'art. 1 della presente normativa.

ART. 8 MODALITÀ DI VENDITA E DIVIETI

La vendita dei prodotti editoriali da parte delle rivendite, esclusive e non esclusive, deve avvenire nel rispetto delle seguenti modalità:

- parità di trattamento tra le diverse testate (per gli esercizi non esclusivi che vendano solo quotidiani o riviste, limitatamente al genere venduto; questa disposizione non si applica agli esercizi specializzati che vendano esclusivamente le pubblicazioni pertinenti alla tipologia di vendita) ;
- il prezzo di vendita dei prodotti editoriali deve essere quello stabilito dagli editori;
- deve essere assicurato in adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
- è fatto divieto di esporre al pubblico giornali e riviste aventi contenuto pornografico, la cui vendita è vietata ai minori.

La violazione di tali disposizioni é punita con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 2.582 - lire 5.000.000 a euro 15.493 - lire 30.000.000.

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

Per le violazioni di cui al presente articolo l'autorità competente é il Sindaco.

ART.9 CONCESSIONE DI SUOLO PUBBLICO

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

L'interessato deve presentare domanda al Sindaco precisando la dimensione del suolo pubblico che intende utilizzare e la sua ubicazione.

Dovrà inoltre corredare la richiesta con una piantina del chiosco di cui chiede l'installazione e le sue caratteristiche (anche mediante allegazione di documentazione fotografica di chioschi della stessa tipologie di quello che si intende installare) e la documentazione urbanistica attestante il rispetto delle disposizioni in materia contenute nelle Norme Tecniche di Attuazione del Piano Regolatore Generale vigente.

L'Ufficio competente, nel valutare la documentazione, potrà subordinare la concessione di suolo pubblico alla definizione, anche attraverso un atto di impegno unilaterale da sottoscrivere da parte del concessionario, di modalità di realizzazione e utilizzo della struttura finalizzati a garantire l'armonico inserimento della medesima rispetto alle strutture edilizie circostanti nonché il decoro dell'ambiente urbano.

ART.10 SUBINGRESSI

É soggetto a comunicazione al Comune competente per territorio il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte, nonché la cessazione dell'attività relativa alle rivendite esclusive o non esclusive.

Il subentrante per causa di morte in una attività commerciale può svolgere l'attività del dante causa se in possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della presente Normativa.

Il subentrante per atto tra vivi in possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della presente Normativa che abbia trasmesso la prescritta comunicazione di subingresso ha facoltà di iniziare immediatamente l'esercizio dell'attività.

Non costituisce subingresso la comunicazione con la quale il titolare di un esercizio organizzato in più reparti, in relazione alla gamma dei prodotti trattato o alle tecniche di prestazione del servizio, notifica al Comune di aver affidato uno o più reparti in gestione a terzi in possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della presente Normativa.

E' in ogni caso esclusa, in caso di edicole non esclusive, la cessione separata dell'attività di rivendita di giornali e riviste e dell'attività di cui all'art. 2, c. 3, d.lgs. 170/01, come pure il proseguimento dell'attività di rivendita di giornali e riviste in caso di cessazione dell'attività primaria di cui all'art. 2, c. 3, d.lgs. 170/01.

ART.11 REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

L'autorizzazione di cui agli artt. 3 e 4 della presente normativa è revocata qualora il titolare:

- a) non inizi l'attività di vendita dei giornali e/o delle riviste entro un anno dalla data del rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
- b) sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- c) non risulti più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2, d.lgs. 114/98.

In caso di svolgimento abusivo dell'attività viene ordinata la chiusura immediata dell'esercizio di vendita.

ART.12 COMUNICAZIONI AD ALTRI SOGGETTI

Ogni modifica ai limiti quantitativi ed alle distanze tra rivendite previsti per l'insediamento delle edicole esclusive e non esclusive dal presente Piano Comunale di Localizzazione delle Rivendite Esclusive costituisce adeguamento del medesimo, da adottarsi con le medesime modalità seguite per l'adozione del presente Piano, sentite le associazioni degli editori e dei distributori e le 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 adozione del presente Piano.

Ai sensi dell'art. 5, c. 2, degli indirizzi regionali di attuazione del d.lgs. 170/01, 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 giornali e riviste o nella loro titolarità.

ART.13 NECESSITA' ULTERIORI EDICOLE E DURATA DEL PRESENTE PIANO

Le disposizioni di cui al presente Piano Comunale di Localizzazione delle Rivendite Esclusive hanno valore per la durata di 2 anni a far data dall'adozione dello stesso da parte del Consiglio Comunale; è tuttavia possibile procedere ad una revisione anticipata del presente Piano, a seguito di importanti variazioni delle condizioni sociali, economiche e demografiche del territorio comunale.

Per il periodo di validità del presente Piano, il numero di edicole esclusive ottimale per il Comune sarà il seguente:

TOTALE COMUNE DI VIGEVANO		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
29	1	30

Zona 1 – Centro Storico		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
7	0	7

Zona 2 – Semicentro		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
14	0	14

Zona 3 – Periferia		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
8	0	8

Zona 3bis – Ambito commerciale di Viale delle Industrie		
Esistenti	Da autorizzare	TOTALI
0	1	1