

Decreto legislativo 24 aprile 2001 n. 170

(in G.U. n. 110 del 14.5.2001)

Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999 n. 108.

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

E m a n a

il seguente decreto legislativo:

Art. 1. Ambito 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.

Art. 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 é 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 é 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 é 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 edite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi.

Art. 3. Esenzione dall'autorizzazione

1. Non é 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.

Art. 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.

Art. 5. Modalità di vendita

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica é 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) é comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.

Art. 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.

Art. 7. Stampa estera

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

Art. 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.

Art. 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.

Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Dato a Roma, addì 24 aprile 2001