



OSSERVAZIONI DELLA FENAGI (Federazione Nazionale Giornalai) aderente alla Confesercenti sulla bozza di decreto di recepimento della Direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi.

Esercizi di vendita della stampa quotidiana e periodica

Il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica è attualmente disciplinato dal D. Lgs. 24 aprile 2001, n. 170, che assoggetta i punti vendita esclusivi, ossia quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici, e i **punti vendita non esclusivi**, cioè gli esercizi che, in aggiunta ad altre merci, possono commercializzare quotidiani ovvero periodici, **ad autorizzazione rilasciata dai Comuni**.

Sono punti non esclusivi le rivendite di generi di monopolio; le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500; 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; le strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettere *e*, *f* e *g*) (*medie e grandi strutture di vendita, centri commerciali*), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700; gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120; gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

L'autorizzazione non è necessaria, e dunque è sostituita da una mera DIA, per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate; 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; per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi; per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole; per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti; per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti; per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Ai sensi dell'art. 6 del D. Lgs. n. 170 spetta alle Regioni emanare gli indirizzi per la predisposizione da parte dei Comuni di piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, attenendosi a criteri che concernono la 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".

Ma anche per i punti vendita non esclusivi l'art. 2, comma 6, prevede che il rilascio dell'autorizzazione avvenga "in ragione della densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entità delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonché dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi".

E, in effetti, lo stesso **Consiglio di Stato**, con **decisione n. 7080/06**, ha affermato che "i Comuni, sulla base di tale norma, hanno l'obbligo di verificare anche per i punti da collocare ove l'attività di vendita non è esclusiva la opportunità del rilascio delle singole autorizzazioni per la vendita della stampa quotidiana e periodica in base agli indicati parametri demografici, economici e sociali".

Fondamentale, ai fini della valutazione degli interessi sottesi all'applicazione della Direttiva, appare l'affermazione dei giudici amministrativi del secondo grado, nella medesima sentenza sopra richiamata, ove si osserva che "**le norme costituzionali sulla libera iniziativa dei privati e sul**

principio di eguaglianza nell'accesso alle attività economiche non sono incisi da una disciplina che tende, con evidenza, ad espandere le potenzialità del settore specifico tenendo conto delle altre esigenze di ordine sociale, urbanistico, demografico ed economico”.

Come si è ricordato in precedenza, nel paragrafo riguardante i principi generali della Direttiva 2006/123/CE, l'art. 17 dello schema di decreto legislativo conferma la possibilità di sottoporre attività di servizio, in caso di sussistenza dei motivi imperativi di interesse generale, a restrizioni quantitative o territoriali, anche sotto forma di restrizioni fissate in funzione della popolazione o di una distanza minima tra prestatori.

Non v'è dubbio, come confermato d'altronde dal Consiglio di Stato, sulla sussistenza di detti motivi imperativi, sotto il profilo della tutela dell'ambiente urbano e degli obiettivi di politica sociale e culturale.

In particolare questi ultimi, che nel caso di specie ammettono **restrizioni, comunque mai corrispondenti, nelle legislazioni delle diverse Regioni, ad un contingentamento *tout court* delle attività**, sono da ricollegare altresì ad ulteriori specifici motivi imperativi di interesse generale meglio descritti dal considerando 40 della Direttiva, quali la **salvaguardia della libertà di espressione** dei vari elementi presenti nella società e, in particolare, dei **valori sociali, culturali, religiosi e filosofici**, la necessità di assicurare un elevato livello di istruzione, il **mantenimento del pluralismo della stampa** e la politica di promozione della lingua nazionale, la conservazione del patrimonio nazionale storico e artistico.

Senza considerare che l'art. 1, comma 4, della Direttiva non consente che le norme della medesima pregiudichino le misure adottate a livello comunitario o nazionale, in conformità del diritto comunitario, volte a tutelare o a promuovere la diversità culturale o linguistica o il **pluralismo dei media**.

Orbene, il sistema di distribuzione, così come regolato dalla legislazione vigente, persegue gli obiettivi, di politica sociale e culturale, del pluralismo della stampa e della salvaguardia della libertà di espressione attraverso la previsione della parità di trattamento riservata alle diverse testate (art. 4 del D. Lgs. n. 170), **compreso l'onere di prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita**, ciò che è assicurato dalla presenza di una rete di esercizi correlata, nei piani di localizzazione e nelle programmazioni comunali in genere (che considerano, come si è visto, anche la presenza di punti vendita non esclusivi), a parametri (densità della popolazione, del numero di famiglie, caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, entità delle vendite di quotidiani e periodici, condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane) che garantiscono la capillarità della distribuzione.

La liberalizzazione totale dell'attività, lungi dal consentire un aumento delle vendite del prodotto editoriale (la domanda – lo ha confermato il regime di sperimentazione posto in essere nel biennio 1999-2000 sulla base della legge n. 108/99 - è sostanzialmente anelastica), porterebbe, come estrema conseguenza, alla vendita delle testate più richieste presso punti vendita non esclusivi concentrati presso la media e grande distribuzione commerciale, che non dispone di spazi adeguati per assicurare il rispetto della parità di trattamento (né ha alcun interesse primario ad implementarli); si verificherebbe, di conseguenza, una naturale rarefazione dei punti esclusivi, che vedrebbero inevitabilmente contrarsi le vendite, con la chiusura di un numero indeterminato ma certamente molto elevato di esercizi, specie in zone territorialmente svantaggiate (periferie urbane, piccoli Comuni in zone di montagna, rurali ed insulari). Ciò comporterebbe, come ulteriore conseguenza, l'impossibilità per gli utenti di reperire testate meno vendute ma non per questo di secondario rilievo dal punto di vista del pluralismo dell'informazione.

Per i descritti motivi, la Confesercenti e la aderente Federazione Nazionale Giornalai (FENAGI) ritengono che non vi è dubbio sull'esigenza del mantenimento di un regime autorizzatorio rispondente a quelle regole che attualmente consentono il mantenimento del pluralismo della stampa, come voluto dalla stessa Direttiva.

Va infine aggiunto che, quanto al principio della non discriminazione, il titolo autorizzatorio non sembra in alcun modo poter porre in essere discriminazioni tra prestatori nazionali e transfrontalieri.