

DECRETO LEGISLATIVO 24 aprile 2001, n. 170

come modificato dalle seguenti disposizioni di legge

- 24/01/2012 **II DECRETO-LEGGE 24 gennaio 2012, n. 1 (in S.O. n.18, relativo alla G.U. 24/01/2012, n.19) , convertito con modificazioni dalla Legge 24 marzo 2012, n. 27 (in S.O. n. 53, relativo alla G.U. 24/03/2012, n. 71), ha disposto (con l'art. 39, comma 1) l'introduzione delle lettere d-bis), d-ter), d-quater) e d-quinquies) all'art. 5, comma 1.**
- 19/10/2012 **II DECRETO-LEGGE 18 ottobre 2012, n. 179 (in S.O. n.194, relativo alla G.U. 19/10/2012, n.245) , convertito con modificazioni dalla Legge 17 dicembre 2012, n.221 (in S.O. n. 208, relativo alla G.U. 18/12/2012, n. 294), ha disposto (con l'art. 34, comma 41) la modifica dell'art. 5, comma 1, lettera d-ter).**
- 24/06/2017 **II DECRETO-LEGGE del 24 APRILE 2017, n. 50 (in S.O. n. 20, relativo alla G.U. 24/07/2017, n.95), convertito con modificazioni dalla Legge 21 giugno 2017, n. 96, (in S.O. n.31, relativo alla G.U. 23/06/2017 n.144) ha disposto (con l'art. 64-bis) l'abrogazione del comma 2 dell'articolo 1, dei commi 2, 4, 5 e 6 dell'art. 2 e dell'art. 6; introduce l'art. 4-bis; aggiunge le lett. d-sexies) e d-septies) al comma 1 dell'art. 5; aggiunge l'art. 5-bis; aggiunge il comma 1-bis all'art. 9**

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.

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:
 - a) *esclusivi, che sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e di periodici;*
 - b) *non esclusivi, che possono vendere, alle condizioni stabilite dal presente decreto, quotidiani o periodici in aggiunta ad altre merci;*
2. (cassato)
3. Possono esercitare l'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica, in regime di non esclusività, le seguenti tipologie di esercizi commerciali:
 - a) le rivendite di generi di monopolio;
 - b) le rivendite di carburanti e di oli minerali *(con il limite minimo di superficie pari a 1500 mq);*
 - 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.

Art. 3.

Esenzione dall'autorizzazione

1. Non è necessaria alcuna autorizzazione:
 - a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
 - b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
 - c) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
 - d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
 - e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
 - f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
 - g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Art. 4. Parità di trattamento

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

ART. 4-bis Apertura di nuovi punti vendita

1. L'apertura di nuovi punti vendita, esclusivi e non esclusivi, anche a carattere stagionale, è soggetta alle disposizioni dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241.
2. I comuni possono individuare le zone nelle quali, tenuto conto del numero dei punti vendita già esistenti in relazione al bacino d'utenza, della domanda, anche stagionale, delle esigenze di sostenibilità ambientale e di viabilità nonché di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale, l'apertura di nuovi punti vendita è regolamentata sulla base delle disposizioni regionali e provinciali vigenti in materia e dei criteri adottati con le modalità di cui al comma 3.
3. In sede di Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, sono definiti i criteri e i parametri qualitativi per l'apertura dei nuovi punti vendita, affinché sia garantita, a salvaguardia dei motivi imperativi di interesse generale connessi alla promozione dell'informazione e del pluralismo informativo, una presenza capillare ed equilibrata dei punti vendita sul territorio nazionale, anche nelle aree periferiche, tale da soddisfare la domanda del bacino di utenza e tenuto conto anche delle esigenze stagionali. Le intese raggiunte in sede di Conferenza unificata sono recepite con decreto del Ministro dello sviluppo economico.
4. Con l'intesa di cui al comma 3 sono altresì regolate, nel rispetto dei principi e criteri stabiliti dalla legislazione statale in materia di concorrenza, la liberalizzazione degli orari e dei periodi di chiusura dei punti vendita, la rimozione degli ostacoli che limitano la possibilità, per i punti di vendita esclusivi, di ampliare le categorie merceologiche e i servizi offerti al pubblico, nonché la possibilità di svolgere l'intermediazione di servizi a valore aggiunto a favore delle amministrazioni territoriali, delle aziende sanitarie locali, delle aziende di trasporto pubblico e delle aziende di promozione del turismo, fermi restando gli eventuali vincoli autorizzatori previsti, per tali attività e servizi ulteriori, dalla normativa vigente.

Art. 5. Modalità di vendita

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:

- a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita;
- b) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita;
- c) i punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
- d) è comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico;
- d-bis) gli edicolanti possono vendere presso la propria sede qualunque altro prodotto secondo la vigente normativa;
- d-ter) gli edicolanti possono praticare sconti sulla merce venduta e defalcare il valore del materiale fornito in conto vendita e restituito, nel rispetto del periodo di permanenza in vendita stabilito dall'editore, a compensazione delle successive anticipazioni al distributore;
- d-quater) fermi restando gli obblighi previsti per gli edicolanti a garanzia del pluralismo informativo, la ingiustificata mancata fornitura, ovvero la fornitura ingiustificata per eccesso o difetto, rispetto alla domanda da parte del distributore costituiscono casi di pratica commerciale sleale ai fini dell'applicazione delle vigenti disposizioni in materia;
- d-quinquies) le clausole contrattuali fra distributori ed edicolanti, contrarie alle disposizioni del presente articolo, sono nulle per contrasto con norma imperativa di legge e non viciano il contratto cui accedono.
- d-sexties) le imprese di distribuzione territoriale dei prodotti editoriali garantiscono a tutti i rivenditori l'accesso alle forniture a parità di condizioni economiche e commerciali; la fornitura non può essere condizionata a servizi, costi o prestazioni aggiuntive a carico del rivenditore;
- d-septies) le imprese di distribuzione territoriale assicurano ai punti vendita forniture di quotidiani e di periodici adeguate, per tipologia e per quantitativi, a soddisfare le esigenze dell'utenza del territorio; le pubblicazioni fornite in eccesso rispetto alle esigenze dell'utenza del territorio o quelle che non sono oggetto della parità di trattamento possono essere rifiutate ovvero restituite anticipatamente dagli edicolanti senza alcuna limitazione temporale

ART. 5-bis

Nuove opportunità imprenditoriali e commerciali per i punti vendita esclusivi

1. Nelle zone dove la fornitura della stampa quotidiana e periodica non è assicurata dagli ordinari canali di distribuzione, i punti vendita di tali zone possono chiedere di essere riforniti dal punto vendita esclusivo disponibile geograficamente più vicino sulla base di un accordo di fornitura. È altresì consentito ai punti vendita esclusivi di rifornire, sulla base di un accordo di fornitura, gli esercizi commerciali che fanno richiesta di fornitura di pubblicazioni periodiche attinenti alla tipologia del bene o del servizio oggetto prevalente della loro attività commerciale. Con accordo su base nazionale tra le associazioni di categoria più rappresentative degli editori e dei rivenditori di quotidiani e di periodici sono definite le condizioni economiche per lo svolgimento di tali attività, che in ogni caso devono tenere conto delle quantità di copie vendute dal punto vendita addizionale. L'attività addizionale di distribuzione dei punti vendita esclusivi è soggetta alle disposizioni dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241

Art. 6 (cassato)

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.
- 1.bis Le violazioni delle disposizioni del presente decreto sono sanzionate ai sensi dell'articolo 22 del 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.

LEGGE 26 ottobre 2016 , n. 198 (pubblicazioni regolari e parità di trattamento)

Art. 8. - Nuove disposizioni per la vendita dei giornali

1. A decorrere dal 1° gennaio 2017, i punti di vendita esclusivi assicurano la parità di trattamento nella vendita delle pubblicazioni regolari in occasione della loro prima immissione nel mercato. Per pubblicazioni regolari si intendono quelle che hanno già effettuato la registrazione presso il tribunale, che sono diffuse al pubblico con periodicità regolare, che rispettano tutti gli obblighi previsti dalla legge 8 febbraio 1948, n. 47, e che recano stampati sul prodotto e in posizione visibile la data e la periodicità effettiva, il codice a barre e la data di prima immissione nel mercato.
2. Le imprese di distribuzione, nell'adempimento degli obblighi di cui all'articolo 16, primo comma, della legge 5 agosto 1981, n. 416, si adeguano alle disposizioni di cui al comma 1, primo periodo, del presente articolo