



Città di **Pioltello**

PROVINCIA DI MILANO

NORME PER LO SVILUPPO E LA LOCALIZZAZIONE DELLE RIVENDITE DI QUOTIDIANI E PERIODICI

D.C.R. Lombardia 10 luglio 2002 n. 549

Redatto da:
Dr. Gualtiero Tonella
Collaborazione interna:
Settore Sviluppo Economico-culturale
e Riqualificazione urbana e ambientale:
Arch. Marco Acquati
Sign.ra Daniela Panicola
Sig. Marco Maiocchi

**Approvato con delibera di Consiglio Comunale n. 5 del 06/02/2008 divenuta
esecutiva in data 29/02/2008**

INDICE

1.	INTRODUZIONE	pag. 3
2.	CARATTERISTICHE DI PIOLTELLO	pag. 4
2.1	Situazione territoriale	pag. 4
2.2	Dinamica demografica	pag. 5
3.	ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA LOCALE	pag. 6
4.	IL MERCATO E LA DISTRIBUZIONE DI QUOTIDIANI E PERIODICI	pag. 8
5.	IL PIANO DI SVILUPPO	pag. 13
5.1	Generalità e previsioni di sviluppo	pag. 13
5.2	Ipotesi di sviluppo insediativo e urbanistico	pag. 13
5.3	Obiettivi e indicazioni di sviluppo	pag. 17
5.3.1	Considerazioni conclusive	pag. 17
5.3.2	Indirizzi regionali	pag. 17
5.3.3	Ipotesi di sviluppo a Pioltello	pag. 17
	NORME E DIRETTIVE	pag. 19

1. INTRODUZIONE

L'indirizzo legislativo di programmazione delle attività distributive con la legge 5 agosto 1981 n. 416 (disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria) e con il DPR 27 aprile 1982 n. 268 si estende (dai negozi in sede fissa, dal commercio ambulante, dagli esercizi pubblici) alle rivendite di giornali e riviste.

Successivamente la legge 416 è stata rinnovata con variazioni marginali dalla nuova Legge 25 febbraio 1987 n. 67 e la vendita di giornali e riviste è stata estesa in via sperimentale a bar, rivendite di generi di monopolio, distributori di carburanti, medie e grandi strutture di vendita e librerie dalla Legge 13 aprile 1999 n. 108, il cui articolo 3 conteneva anche una delega al Governo per il riordino organico del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica.

Il Decreto Legislativo 24 aprile 2001 n. 170 ha dettato nuove norme per la distribuzione di quotidiani e periodici.

I caratteri fondamentali della nuova legislazione sono:

- attribuzione alla Regione della funzione di indirizzo programmatico nell'ambito dei criteri generali definiti dalla legislazione nazionale;
- suddivisione in due tipologie di punti vendita: esclusivi (vendono prevalentemente sia quotidiani sia periodici) e non esclusivi (svolgono prevalentemente altra attività e vendono in modo complementare o solo quotidiani o solo periodici);
- attività di vendita soggetta al rilascio di autorizzazione comunale;
- rilascio dell'autorizzazione per punti di vendita esclusivi e non esclusivi in base alla densità della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entità delle vendite negli ultimi 2 anni ... dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi;
- obbligo per il Comune di formulare un piano di localizzazione dei punti vendita esclusivi e di fissare criteri per il rilascio di autorizzazione a punti vendita non esclusivi, in conformità agli indirizzi emanati dalla Regione;
- rilascio automatico dell'autorizzazione alle rivendite che hanno effettuato la sperimentazione (ex L. 108/99).

La Legge Costituzionale 18 ottobre 2001 n. 3 ha modificato il Titolo V della Costituzione trasferendo alle Regioni la potestà legislativa in materia di commercio, in cui è ovviamente da intendersi inclusa anche la vendita di giornali e riviste.

La Regione Lombardia ha emanato le proprie norme direttive con D.C.R. 10 luglio 2002 n. 549 "Indirizzi regionali di attuazione del D. Lgs. 24 aprile 2001 n. 170 concernente il riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica".

2. CARATTERISTICHE DI PIOLTELLO

2.1 Situazione territoriale

Pioltello è un comune di medie dimensioni localizzato nell'immediato hinterland orientale di Milano, da cui dista circa 6 km.

Il territorio comunale confina:

- a nord con Cernusco sul Naviglio
- a est e a sud con Rodano
- a sud-ovest con Peschiera Borromeo
- a ovest con Segrate
- a nord-ovest con Vimodrone.

Pioltello, Segrate, Cernusco, Vimodrone, Cassina dè Pecchi, Vignate e Rodano costituiscono un agglomerato insediativo (Est Milano) di oltre 155.000 abitanti (135.000 senza Peschiera Borromeo che commercialmente gravita più sull'area Milano/hinterland sud-est di S. Donato-S. Giuliano).

TABELLA 1 - AGGLOMERATO EST- MILANO

Comuni	Abitanti
Pioltello	34.426
Segrate	34.130
Cernusco s/N	28.480
Vimodrone	13.760
Rodano	4.408
Cassina dè Pecchi	12.319
Vignate	7.851
Peschiera Borromeo	20.310
AREA EST MILANO	155.684

Il territorio comunale è attraversato da importantissime vie di comunicazione:

- SP 11 Padana Superiore al confine nord
 - SP 103 Cassanese al centro
 - Linea Fs-Trenitalia Milano-Bergamo, Milano-Brescia-Venezia, Milano-Treviglio-Bergamo e Cremona, le recenti Pioltello-Segrate-Milano Greco Pirelli e Pioltello-Milano Passante-Gallarate-Varese
 - SP 14 Rivoltana a sud
- che di fatto delimitano i tradizionali abitati di Pioltello, Seggiano e Limito
- SP 121 Pobbiano-Cavenago di collegamento fra la SP 14 e la SP 103.

Pioltello è inoltre ben collegata a Milano dalla MM2 con stazione a Cernusco.

Se le principali vie di comunicazione favoriscono un intenso transito da/per Milano in direzione est-ovest, di fatto limitano l'integrazione nord-sud dei vari abitati.

L'area Est-Milano, e Pioltello in particolare, ricca di acque, rogge, fontanili, cave,

un tempo di fiorente agricoltura, si è progressivamente trasformata, in varie epoche successive, in industriale (polo chimico, parzialmente dismesso per quanto riguarda la società SISAS in fallimento) e in attività terziarie (sede centrale di Esselunga con 1.308 addetti diretti, oltre l'indotto, e più recentemente Uci Cinemas (ex Europlex), fra le più grandi multisala cinematografiche del Nord con 14 sale, 3.026 posti, 1.800 posti parcheggio, la grande struttura di vendita Esselunga di oltre 5.000 mq, medie strutture discount Lidl e Penny, supermercato Unes e Scarpe & Scarpe).

Urbanisticamente il territorio comunale è costituito da 5 nuclei: Pioltello (Pioltello centro storico, Pioltello quartiere Satellite), Seggiano, Limito (con S. Felice) e quartiere Residenze Malaspina delimitati dalle principali vie di comunicazione.

2.2 Dinamica demografica

TABELLA 2 - DINAMICA POPOLAZIONE RESIDENTE

Anni	Abitanti
1971	28.313
1981	30.113
1991	34.165
2000	33.331
2001	33.434
2002	33.586
2003	33.700
2004	33.884
2005	33.422
2006	34.317
2007	34.420
(al 30/09/2007)	

TABELLA 3 - POPOLAZIONE PER ZONE

Zone	Anni		2004		2006	
	n.	%	n.	%	n.	%
Pioltello Centro storico	4.728	13,9	4.694	13,5		
Pioltello quartiere Satellite e Pioltello esterna	14.669	43,3	14.500	42,0		
Seggiano	9.311	27,5	9.821	28,4		
Limito	4.266	12,6	4.683	13,5		
San Felice	910	2,7	910	2,6		
TOTALE	33.884	100,0	34.608	100,0		

3. ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA LOCALE

A inizio ottobre 2007 a Pioltello vi sono solo 10 rivendite in attività (11 preesistenti in quanto una è cessata), suddivise tra 9 edicole esclusive e n. 1 edicola non esclusiva all'interno della grande struttura Esselunga, l'unica autorizzata in base alla sperimentazione.

TAVOLA 4 - RIVENDITE

Localizzazione (come da planimetria allegata)	Area	Metri quadrati
Piazza XXV Aprile	Pioltello Centro storico	12
Via Mantegna, 67	Pioltello Esterna	26
Via Tiepolo, 1	Pioltello Esterna	12
Via Leoncavallo ang. Via Cilea	Pioltello quartiere Satellite	13
Via Cimabue ang. Via Platone	Pioltello Esterna	26
Via San Francesco n. 30 (interno Superstore Esselunga)	Pioltello Esterna	
Via Tobagi	Seggiano	25
Via Brasile, 12	Seggiano	30
Via alla Stazione	Seggiano	10
Via Dante, 72	Limito	37
Via Dante, 85 (chiusa il 31/12/2006)	Limito	12

Gli abitanti a San Felice di Pioltello sono serviti da una rivendita localizzata a San Felice di Segrate.

Metà delle rivendite hanno dimensioni troppo limitate per una distribuzione moderna in un contesto di continuo aumento del numero delle testate e di nuove esigenze specialistiche del consumatore.

Conseguentemente le ridotte dimensioni delle rivendite non favoriscono la diffusione della stampa e della cultura, obiettivo primario delle legislazioni centrale e regionale.

La sperimentazione prevista dalla L. 13 aprile 1999 n. 108 (vendita in bar, distributori, tabaccherie, medie e grandi strutture, librerie ...) a Pioltello ha riguardato una sola richiesta, quella della grande struttura Esselunga, che successivamente ha ottenuto l'autorizzazione.

Per valutare la situazione delle rivendite si calcolano due parametri di riferimento: abitanti e famiglie per rivendita.

TAVOLA 5 - ABITANTI E FAMIGLIE PER RIVENDITA

Zone	Abitanti per rivendita	Famiglie per rivendita
Pioltello Vecchia	4.694	1.948
Pioltello Nuova	2.900	1.203
Seggiano	3.273	1.329
Limito	2.796	1.160
PIOLTELLO	3.130	1.305
Milano	1.440	
Altri comuni	1.840	
Provincia di Milano	1.642	684
Regione Lombardia	1.565	636

Gli indici di Pioltello sono superiori di circa il 90-100% rispetto alle medie provinciali/regionali e del 70% rispetto a quella della provincia, città di Milano esclusa; secondo gli indici provinciali/regionali a Pioltello dovrebbero quindi esservi da 18 a 24 rivendite, contro le 11 esistenti.

E' necessario comunque considerare che le rivendite di Pioltello sono tutte esclusive, mentre nei dati provinciali/regionali sono incluse anche le rivendite miste; dal momento che una rivendita mista vende mediamente dal 50 al 70% di una rivendita esclusiva, di fatto il divario con la situazione media provinciale e regionale si riduce a 3-4 rivendite esclusive.

4. IL MERCATO E LA DISTRIBUZIONE DI QUOTIDIANI E PERIODICI

Le fonti dei dati riportati in questo capitolo sono:

- FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali)
- ISTAT
- Operatori del settore.

TAVOLA 6 - MERCATO ITALIANO DI QUOTIDIANI E PERIODICI

Anni	Milioni di euro
1978	553
1985	1.550
1990	3.100
1994	4.550
1996	5.165
1999	5.700
2002	6.800
2005	7.900

Negli ultimi tempi l'andamento del mercato è stato il seguente:

- dal 1978 ad oggi le vendite giornaliere di quotidiani sono passate in Italia da 4,8 milioni di copie a 6,2 milioni nel 1995 (con una punta di 6,8 milioni nel 1990), per poi scendere a meno di 6 milioni nel 1996 e negli anni successivi e risuperare di nuovo i 6 milioni di copie nel 2000-2001, per poi scendere ancora a 5,7/8 milioni nel 2002, livello rimasto costante negli anni seguenti fino al 2005; la diminuzione delle vendite nelle grandi città e nel loro hinterland è compensata dalla diffusione dei quotidiani gratuiti (1,7 milioni di copie giornaliere nel 2004 e probabilmente oltre 2 milioni nel 2006)
- negli ultimi anni le vendite di settimanali hanno avuto un forte incremento a oltre 17 milioni di copie a settimana, i mensili hanno avuto una consistente espansione a 24,7 milioni di copie al mese
- è aumentata in misura rilevante la vendita di prodotti multimediali collaterali (11,5% del fatturato quotidiani e 21% del fatturato periodici).

Come è noto il livello di consumo di giornali e riviste in Italia è ancora molto basso: alle 98 copie di quotidiani vendute ogni 1.000 abitanti fanno riscontro le 101 della Spagna, le 132 della Francia, le 194 degli Stati Uniti, le 268 della Germania, le 280 della Gran Bretagna, le 342 della Svizzera, fino alle 405 della Svezia, le 565 di Giappone e le 522 della Norvegia.

Una suddivisione delle vendite:

TAVOLA 7 - STIMA VENDITE IN ITALIA (2005)

	Milioni di euro	%
Quotidiani	2.100	26,3
Periodici	4.400	57,6
Altre pubblicazioni	1.400	16,1
TOTALE	7.900	100,0

Nel 2004 in Italia il 6,2% dei quotidiani e il 23% di periodici è venduto in abbonamento (nel 2002 i quotidiani erano il 7,4%); in tutti i paesi avanzati le vendite in abbonamento sono invece molto più elevate (quotidiani: Giappone 94%, Olanda 91%, Svizzera 90%, Germania 65%, Francia 25%, Spagna 21%; periodici: Austria 80%, Olanda 66%, Francia 38%, Spagna 6%).

Le rivendite in Italia sono in continuo aumento.

TAVOLA 8 - DINAMICA DELLE RIVENDITE

Anni	Numero rivendite
1981	29.276
1990	34.884
1993	36.500
1997	38.000
1999	38.500
2002	40.500
2006	41.500

In media ogni rivendita ha in Italia un margine lordo annuale di 29.500 euro.

I consumi di quotidiani e periodici dipendono dal reddito disponibile.

TAVOLA 9 - REDDITO NETTO DISPONIBILE PRO-CAPITE (euro)

	1996	2000	2001	2002	2004	2005	2006	Δ% 06/96
Provincia di Milano	16.437	18.450	18.596	18.751	22.290	22.739	23.926	+ 45,6
Regione Lombardia	14.747	16.279	16.543	16.680	19.696	20.576	21.531	+ 46,0
ITALIA	11.800	13.164	13.734	13.968	16.551	17.090	17.816	+ 51,0

Nel 2006 la Lombardia è la seconda regione italiana per reddito disponibile pro-capite (21.531 euro) preceduta da Emilia-Romagna (21.786 euro) e seguita da Valle d'Aosta (21.309 euro), Trentino Alto Adige (20.889 euro), Friuli Venezia Giulia (20.352 euro); Liguria (20.342 euro) e Piemonte (20.274 euro).

Sempre nel 2006 Milano è la prima provincia d'Italia (23.926) per reddito annuo disponibile, seguita da Bologna (23.323 euro), Trieste (23.302), Modena (22.700 euro) e Parma (22.467 euro); il reddito provinciale milanese supera di 2.395 euro (+ 11,1%) la media regionale.

Esiste comunque una forte disparità (circa 1/4) tra il reddito più elevato di Milano città e quello inferiore del resto della provincia.

Secondo uno studio dell'Associazione artigiani di Mestre (CGIA) su dati 2000 del Ministero dell'Economia rivalutati al 2003, il reddito medio pro-capite di alcuni comuni dell'area basato sull'imponibile Irpef è riportato nella tavola 10.

TAVOLA 10 - REDDITO PRO-CAPITE (2003)

Comuni	Euro	Indice
PIOLTELLO	16.270	100
Cologno Monzese	16.003	98
Vimodrone	17.284	106
Brugherio	18.696	115
Cernusco sul Naviglio	20.348	125
Milano	23.548	145
Segrate	28.250	174

In Italia Nord-Ovest mediamente la spesa per giornali e riviste ha avuto dal 1991 il seguente andamento:

TAVOLA 11 - ACQUISTI ANNUI PRO-CAPITE ITALIA NORD OCCIDENTALE (euro)

Comuni	1991	1996	1997	2001	2002	2003	2004	2006 stima
Oltre 50.000 ab.	82,81	102,57						
Meno di 50.000 ab.	68,95	79,71						
Media dei comuni	73,72	87,20	83,11	76,00	72,10	77,60	85,40	90,00

Gli acquisti di quotidiani e periodici nel corso del tempo e per aree geografiche hanno avuto gli andamenti riportati nella tavola che segue:

TAVOLA 12 - DINAMICA % DEGLI ACQUISTI IN ITALIA (valore)

	1991-1997	1997-2004
Nord-Ovest	+ 12,7	+ 3,6
Nord-Est	...	+ 15,6
Centro	+ 18,5	+ 8,0
Mezzogiorno	+ 20,0	+ 5,7
Isole	...	+ 26,8
ITALIA	+ 15,2	+ 10,2

Evidentemente il consumo di giornali e riviste è direttamente proporzionale al reddito: per esempio, mediamente fra le regioni del nord e del sud esiste un divario notevole; nel 2004 il consumo del nord-ovest è stato di 85,40 euro pro-capite contro i 41,14 euro del sud (circa il 48,2% del nord-ovest; il divario accenna a diminuire: nel 1991 il sud consumava il 43,5% del nord).

TAVOLA 13 - ACQUISTI PRO-CAPITE PER AREA GEOGRAFICA (euro)

Aree	1996	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Nord Ovest	87,20	78,10	76,00	72,10	77,60	85,40	86,00
Nord Est	75,30	70,50	70,60	61,50	71,10	82,15	74,35
Centro	66,80	58,90	57,83	58,46	62,75	71,04	68,88
Sud	37,14	36,20	34,90	31,90	36,54	41,14	40,76
Isole	...	44,33	44,70	43,00	46,00	48,26	49,43
ITALIA	62,90	59,13	58,10	54,46	60,00	67,34	72,70

Gli acquisti sono poi proporzionali all'entità dei centri abitati e in qualche misura sempre riconducibili alle differenze di reddito e di cultura.

TAVOLA 14 - ACQUISTI DI QUOTIDIANI E PERIODICI/REDDITO (2005)

Aree	%
Nord Ovest	0,43
Nord Est	0,41
Centro	0,39
Sud	0,33
Isole	0,39
ITALIA	0,39

Nel corso del 2005 le vendite di cartoleria, libri e giornali hanno avuto un calo dello 0,5% ma, secondo i dati Audipress, vi è stato invece un incremento del 4,2% nei lettori di quotidiani e del 4,5% nei lettori di periodici.

Secondo questi dati a Pioltello nel 2006 i residenti dovrebbero avere acquistato quotidiani e periodici per circa 3 milioni di euro; di fatto gli acquisti dovrebbero essere inferiori data la situazione territoriale frazionata e soprattutto per il limitato numero di rivendite.

Le vendite delle rivendite locali dovrebbero aggirarsi attorno a circa 2,2 milioni di euro: una parte degli acquisti evade dal comune ai posti di lavoro e la carenza di rivendite frena le opportunità di acquisto a Pioltello.

5. IL PIANO DI SVILUPPO

5.1 Generalità e previsioni di sviluppo

Per poter predisporre un organico piano di sviluppo occorre fare alcune considerazioni e alcune ipotesi sulle caratteristiche di acquisto e di vendita dei giornali, sulla situazione attuale della rete e sulle caratteristiche delle rivendite, sui redditi e sui consumi, sugli insediamenti abitativi nel prossimo futuro.

L'acquisto di giornali e riviste è caratterizzato da alcuni fenomeni tipici:

- concentrazione delle vendite: circa l'80% delle vendite viene effettuato entro breve tempo dall'uscita del giornale o rivista (poche ore per il quotidiano, 1-2 giorni per il settimanale, 4-5 giorni per il mensile), oltre questi termini la stampa perde di interesse agli occhi del consumatore anche abituale che molto spesso preferisce rinunciare all'acquisto aspettando la nuova edizione
- entità media dell'acquisto limitata, da 1 euro per quotidiano, a una media di 7-8 euro per acquisti multipli fino a un massimo di 15-18 euro
- molto spesso gli acquisti di giornali e riviste sono collegati ad altri atti della vita quotidiana (periodo antecedente l'inizio del lavoro, acquisti di altri generi di largo consumo) o sono occasionali determinati da atti di impulso in presenza dell'offerta.

Questi tre fenomeni hanno un'importanza fondamentale sulla distribuzione delle rivendite sul territorio, che devono essere localizzate in modo da offrire un rapido punto di riferimento e di accesso per un numero molto elevato di acquirenti, nonché sulle caratteristiche delle rivendite che devono essere in grado di evidenziare al massimo la gamma di articoli e di offrire un rapido servizio e un sistema diretto di acquisto (self-service).

Ampiezza della rivendita, ricchezza di testate, facilità e comodità di accesso sono elementi fondamentali per lo sviluppo della stampa.

5.2 Ipotesi di sviluppo insediativo e urbanistico

Riportiamo di seguito le indicazioni di sviluppo già elaborate per il settore commerciale in sede fissa e che costituiscono indicazioni e opportunità di insediamento anche per le rivendite di quotidiani e periodici.

La situazione, le prospettive di sviluppo socio-economico e la situazione della rete distributiva dell'area Est Milano e di Pioltello in particolare, nonché le indicazioni della Regione Lombardia, sembrano orientare la programmazione commerciale verso i seguenti indirizzi e criteri generali:

- potenziamento e rilancio del settore commerciale locale con opportune politiche di sviluppo e sostegno, anche in relazione all'elevato grado di attrazione e di transito determinato dalle nuove attività di divertimento, cultura e commercio (Uci Cinemas ex Europlex, C.C. Acquario di Vignate lungo la

Cassanese)

- favorire l'associazionismo degli operatori commerciali locali e la loro evoluzione verso forme di commercio di più ampie dimensioni
- migliorare l'attrattività dei Centri Storici

e verso i seguenti indirizzi e criteri particolari:

- escludere lo sviluppo di grandi strutture
- limitare l'insediamento di medie strutture nel tessuto urbano consolidato
- riequilibrare lo spostamento dell'ex struttura Esselunga a Pioltello nord SP 11 concedendo opportunità di sviluppo per medie strutture alimentari a Seggiano
- migliorare il servizio ai consumatori di Seggiano e Limito con lo sviluppo di medie strutture alimentari e non alimentari nell'area della nuova Stazione
- sviluppare medie strutture prevalentemente negli ambiti di trasformazione urbana, dove sono previste ampie opportunità per il settore non alimentare e limitate opportunità per quello alimentare

che si traducono nelle seguenti prescrizioni riportate nelle Norme Tecniche di Attuazione del P.R.G.:

- **Grandi strutture di vendita**

- ♦ non sono ammesse nuove iniziative né ampliamenti, nemmeno per concentrazione o accorpamento, su tutto il territorio comunale

- **Medie strutture di vendita**

1. *Tessuto urbano residenziale (zone omogenee urbanistiche A,B,C)*

- ♦ non sono ammesse nuove iniziative per medie strutture di vendita.
- ♦ E' invece possibile ampliare le strutture esistenti, per 1 sola volta e fino al 100% in più della superficie di vendita già attivata alla data di entrata in vigore delle presenti norme

Per gli ampliamenti si applicano le disposizioni contenute nell'articolo 7, comma 6, R.R. n. 3/2000 e s.m.i.

Gli ampliamenti su indicati saranno realizzabili fino al limite dimensionale massimo di 2500 mq. di superficie di vendita

La concentrazione e gli accorpamenti fra medie strutture di vendita attive di generi di largo consumo devono sempre essere autorizzate; la superficie di vendita finale non dovrà superare comunque la somma di quella degli esercizi concentrati/accorpati e dovrà restare contenuta entro i 2500 mq.

2. *Ambiti di trasformazione urbana ed extraurbana - Comparti di Intervento Strategico (C.I.S.) e Ambiti di Recupero Urbanistico (A.R.U.)*

- ♦ non sono ammesse grandi strutture di vendita

Le medie strutture di vendita ammesse e previste sono identificate nell'allegato 5 delle NTA del PRG "Schede di Progetto dei CIS e ARU" così come riportate nella tabella seguente:

IPOTESI DI SVILUPPO TERZIARIO E COMMERCIALE

CIS	Localizzazione	Scheda urbanistica (mq s.l.p.)	Previsione Commerciale
2	Via Mantegna, Masaccio, Lippi	1.884	M.S. N.A.
6	S. P. Cassanese/ via Torino in Cernusco sul Naviglio	25.000	M.S. N.A.
7	Via C. Cattaneo	300	3 locali di vicinato
18	S. Felice	2.000 1.000	M.S. A. M.S. A. e N.A.
20	Via Brasile	500	M.S.A. e N.A.
23	Nuova stazione Fs di porta/P.za della Stazione	2.000 + circa 3.300	M.S. N.A. C.C.(M.S.A.+vicinato ex P.I.I.)
25	Via della Stazione	714	M.S. N.A.
26	Via d'Annunzio/Urbino/Galilei	1.338	M.S. N.A. M.S.A. trasferimento di esercizi esistenti
27	Via D'Annunzio/Galilei/Spoleto	1.000	M.S. N.A.
ARU 1	Via Tiepolo/Bellini	900	M.S. A.
ARU 2	Via Wagner	960	M.S. N.A.

M.S.=Medie Strutture; A.=Alimentari; N.A.=Non Alimentari; C.C.=Centro Commerciale

Nell'ambito dei singoli CIS sopra elencati sono insediabili anche forme di C.C. (Centro Commerciale) con superficie di vendita complessiva contenuta nel limite delle medie strutture (2500 mq.); sono autorizzabili anche più iniziative autonome di CC nelle stesse aree, comunque sempre contenute nel limite dei 2.500 mq. per ognuna e fermo restando i limiti complessivi previsti per i CIS sopra elencati.

E' escluso l'insediamento di attività commerciali, e in particolare di medie strutture di vendita, negli ambiti di trasformazione extraurbana quali quelle del Parco locale di interesse sovracomunale denominato "Parco delle Cascine". Nelle aree agricole E1 ed E2 si applicano le NTA del PRG e le specifiche norme di settore

3. Zone destinate ad attività produttive

- ♦ nelle zone D1 e D2 non sono ammesse medie strutture di vendita; nella zona D2 sono ammessi l'insediamento di attività di ristorazione collettiva e di servizi riconducibili alla destinazione produttiva; sono ritenute

comunque compatibili con la destinazione produttiva le seguenti attività commerciali e di servizio: mobili, riparazione e vendita di autoveicoli, concessionarie autoveicoli, gommisti, materiale edile e termoidraulico, palestre.

4. *Zone commerciali e direzionali (zone omogenee D4 e D5)*

- ♦ possono essere autorizzati insediamenti solo di medie strutture di vendita non alimentari

- **Punti vendita di vicinato**

La localizzazione di attività di vendita di vicinato (fino a 250 mq. di superficie di vendita) é ammessa in tutte le zone del territorio comunale nelle quali è prevista la destinazione d'uso commerciale, esclusi quindi gli ambiti di trasformazione extraurbana

- **Commercio su aree pubbliche**

Lo sviluppo commerciale del comune passa anche da una decisa razionalizzazione dei mercati e dall'attuazione di recenti iniziative:

- ♦ contenimento della dimensione dei mercati nei limiti attuali, con eventuale riduzione dei posteggi da tempo non occupati al mercato di Limito e di Seggiano
- ♦ conferma del trasferimento alla Pro Loco dell'organizzazione di sagre e feste con la partecipazione di operatori commerciali su aree pubbliche
- ♦ individuazione delle aree per attività isolate.

5.3 Obiettivi e indicazioni di sviluppo

5.3.1 Considerazioni conclusive

Le analisi precedenti hanno evidenziato:

- elevata carenza di rivendite rispetto alle medie provinciali/regionali (3-4 rivendite esclusive o 7-13 rivendite non esclusive in meno)
- presenza di sole rivendite esclusive
- presenza relativamente più elevata a Limito e Pioltello Esterna, discreta a Seggiano e scarsa a Pioltello Centro storico.

5.3.2 Indirizzi regionali

Le direttive della Regione Lombardia (D.C.R. 549 del 10 luglio 2002) prevedono all'articolo 6 la possibilità di incremento del 15% delle rivendite al raggiungimento di un certo punteggio relativo a diverse situazioni parametriche abitanti e famiglie per rivendita (+ 1 ulteriore rivendita, o comunque un ulteriore incremento fino al 5% delle rivendite esistenti, in relazione a particolari fenomeni di mobilità interessanti il comune); i punti vendita non esclusivi sono equiparati a 1/5 di punto vendita esclusivo o a 1/3 se inseriti in una media o grande struttura di vendita; sia i punti vendita esclusivi, sia quelli non esclusivi sono soggetti al calcolo dei parametri.

5.3.3 Ipotesi di sviluppo a Pioltello

Per Pioltello il punteggio dei due parametri abitanti/rivendita + famiglie/rivendita è uguale a 2 (1 + 1), superiore all'1,50 stabilito dalla Regione.

La sequenza di calcolo per l'individuazione delle opportunità di apertura di nuove rivendite si sviluppa come segue:

- numero rivendite esistenti: 10,33
- incremento del 15% = 1,55 nuove rivendite
- incremento di 1 ulteriore rivendita in quanto il comune è interessato da elevati flussi di mobilità e di transito indotti dall'attraversamento della SS 11 Padana Superiore, della SP 103 Cassanese, della SP 14 Rivoltana, della SP 121 Pobbiano-Cernusco-Carugate, dalle linee ferroviarie con la prossima trasformazione della stazione di Pioltello Limito in "stazione di porta"
- complessivamente a Pioltello possono essere autorizzate 2,55 rivendite, limite entro il quale sono possibili diverse configurazioni di rivendite esclusive/non esclusive.

Dal momento che la vendita di quotidiani e periodici non è appetita da esercizi misti si possono quindi formulare le seguenti ipotesi di sviluppo:

- riapertura di 1 rivendita a Limito in sostituzione della rivendita di via Dante, 85 che ha cessato l'attività
- 2 nuove rivendite esclusive con localizzazione:
 - area CIS 7 (di fronte al Municipio)
 - area CIS 18
- + 2 rivendite in attività di libreria e/o presso strutture per il tempo libero raggiungendo un rapporto popolazione/rivendite più aderente alle medie provinciali/regionali.

Un obiettivo importante di sviluppo è inoltre l'ampliamento delle dimensioni delle rivendite esistenti.

Le nuove rivendite e quante si trasferiscono devono mantenere una distanza di almeno 200 metri da quelle esistenti.

**NORME
E
DIRETTIVE**

Articolo 1 - Istituzioni del piano

Il piano di localizzazione delle rivendite di giornali e riviste è predisposto ai sensi del D. Lgs. 24/4/01 n. 170 e della D.C.R. Lombardia 10 luglio 2002 n. 549, alle cui norme si fa riferimento per tutto quanto qui non indicato.

Il piano è valido per il biennio 2008-2010, a partire dalla data di approvazione.

Articolo 2 - Suddivisione del territorio comunale in zone commerciali

Il territorio comunale viene suddiviso in 6 zone:

1. Pioltello Centro Storico
2. Pioltello quartiere Satellite
3. Pioltello Esterna
4. Seggiano
5. Limite e San Felice
6. Comparto CIS 18 (Residenze Malaspina)

Articolo 3 - Tipologia delle rivendite

Il sistema di vendita si articola in punti vendita esclusivi (che vendono sia quotidiani sia periodici) e non esclusivi (che vendono o solo quotidiani o solo periodici).

Le rivendite esclusive possono destinare fino a un massimo del 30% della superficie di vendita alla vendita di prodotti diversi da quelli editoriali.

Possono essere autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo le seguenti attività:

- a) le rivendite di generi di monopolio;
- b) le rivendite di carburanti e di oli minerali (con un minimo di superficie pari a 1.500 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 medie e grandi strutture di vendita (con un minimo di superficie pari a 700 mq);
- e) le librerie (con un limite minimo di superficie pari a 120 mq);
- f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

Articolo 4 - Piano di localizzazione

Per i prossimi 2 anni sono previsti le seguenti opportunità di sviluppo insediativo:

- riapertura di 1 rivendita a Limite in sostituzione di 1 rivendita chiusa a fine 2006
 - 2 nuove rivendite esclusive con la seguente localizzazione (come da planimetria allegata):
 - area CIS 7 (di fronte al Municipio)
 - area CIS 18
- + 2 rivendite in attività di libreria e/o presso strutture per il tempo libero.

Le nuove iniziative dovranno dedicare un adeguato spazio espositivo alle testate (almeno 20 mq) e collocarsi a almeno 200 metri di distanza dalle rivendite già esistenti.

Articolo 5 - Ampliamento delle rivendite

L'ampliamento delle rivendite per l'effetto positivo di accrescimento delle superfici espositive e di miglioramento dei livelli di vendita deve normalmente essere accolto, qualora non sussistano impedimenti di natura urbanistica e igienico sanitaria.

Articolo 6 - Trasferimento di sede

Le rivendite esclusive devono mantenere la localizzazione per la quale sono state autorizzate in origine; trasferimenti possono essere autorizzati solo nell'ambito della propria zona commerciale, in un intorno della ubicazione esistente in modo da mantenere comunque la stessa gravitazione di acquirenti.

Il trasferimento in una zona diversa è possibile solo se esiste una previsione di nuove localizzazioni ottimali.

In caso di trasferimento, la precedente localizzazione rimasta libera è disponibile per l'insediamento sostitutivo di una nuova attività.

Il trasferimento di una rivendita non esclusiva non può avvenire separatamente da quello dell'attività prevalente.

Le rivendite che si trasferiscono hanno priorità di localizzazione nelle nuove aree di insediamento.

Articolo 7 - Autorizzazione amministrativa

Sono condizione per il rilascio dell'autorizzazione:

- il possesso dei requisiti previsti all'art. 5 del D. Lgs. 114/98
- la dichiarazione di ottemperanza dell'art. 1, numeri 4-5-6-7 della Legge 108/99
- la compatibilità con il piano comunale di localizzazione delle rivendite esclusive.

Le domande di autorizzazione all'apertura di nuove rivendite devono contenere:

- a) ubicazione
- b) dimostrazione della disponibilità dei locali o dello spazio pubblico
- c) eventuali titoli o requisiti di professionalità inerenti l'esercizio di attività commerciali.

L'autorizzazione a esercizi che hanno effettuato la sperimentazione (ex Legge 13 aprile 1999 n. 108) è rilasciata di diritto.

In caso di chiusura o di impedimento temporaneo dell'attività, la vendita deve essere affidata a titolari di altre autorizzazioni o ad altri soggetti; prima di affidare ad altri la vendita i titolari dell'autorizzazione devono comunicare al Sindaco il nominativo e la durata dell'affidamento stesso; qualora ciò non fosse attuato le imprese editrici e di distribuzione possono provvedere direttamente alla vendita.

Il provvedimento di autorizzazione o di diniego deve essere comunicato al richiedente entro 60 giorni dalla data di presentazione della domanda.

Articolo 8 - Criteri preferenziali per la concessione delle autorizzazioni

Per la concessione delle nuove autorizzazioni sarà seguito il seguente ordine di importanza:

1. data di presentazione della domanda e numero di protocollo
2. disponibilità dei locali
3. criterio preferenziale combinato della maggior dimensione della rivendita, della migliore soluzione in termini di accessibilità e della maggiore ampiezza delle aree di sosta.

Le rivendite che si trasferiscono hanno priorità di localizzazione rispetto alle nuove.

Articolo 9 - Revoca dell'autorizzazione

L'autorizzazione viene revocata nei seguenti casi:

- mancata attivazione della rivendita entro 6 mesi dalla data di comunicazione dell'avvenuto rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità
- sospensione dell'attività per un periodo superiore a 12 mesi.

Articolo 10 - Esenzione dall'autorizzazione

Non è necessaria alcuna autorizzazione:

- per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati o associazioni di pertinenti pubblicazioni specializzate
- 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
- per la vendita nella sede 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 costituisca 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.

Articolo 11 - Divieti e sanzioni amministrative

Ai titolari delle autorizzazioni per la rivendita di giornali e riviste è fatto divieto di:

1. sospendere l'attività per un periodo superiore ad un mese senza far pervenire apposita comunicazione di sospensione al Comune;
2. riservare diverso trattamento alle varie testate;
3. trasferire l'esercizio della rivendita senza preventiva autorizzazione comunale;
4. esporre al pubblico giornali, riviste e materiale pornografico.

Le trasgressioni di cui ai punti precedenti sono sanzionate secondo quanto stabilito dall'art. 22, Tit. VII, del D. Lgs. 114/98.

In caso di recidività, oltre all'applicazione della sanzione pecuniaria si può procedere anche alla revoca dell'autorizzazione.