

D.SSA GIOVANNA VIVARELLI  
STUDIO DI CONSULENZA AMMINISTRATIVA  
VIA DI GRACCIANO NEL CORSO, 64  
53045 MONTEPULCIANO (SI)

---

# STUDIO

---

PER LA PROGRAMMAZIONE  
PER IL RILASCIO DI NUOVE  
AUTORIZZAZIONI DEI PUNTI VENDITA  
ESCLUSIVI E NON ESCLUSIVI DELLA  
STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

(ART. 28 L.R. 07.02.2005, N. 28)

Committente: Comune di Cortona (AR)

## INDICE

1. PREMESSA E QUADRO NORMATIVO .....	pag. 3
2. SUDDIVISIONE IN ZONE DEL TERRITORIO COMUNALE .....	pag. 6
3. STIMA DELLA DOMANDA .....	pag. 8
4. I CONSUMI .....	pag. 14
5. ANALISI DELLA CONSISTENZA DELLA RETE DI VENDITA .....	pag. 16
6. LE IPOTESI PER LA PROGRAMMAZIONE .....	pag. 18

---

## 1. PREMESSA E QUADRO NORMATIVO

---

Il presente studio costituisce la base tecnica e la premessa conoscitiva per la programmazione per il rilascio di nuove autorizzazioni per punti vendita esclusivi e non esclusivi della stampa quotidiana e periodica, strumento previsto dalla Legge Regionale 07.02.2005, n. 28 "Codice del Commercio. Testo unico in materia di commercio in sede fissa, su aree pubbliche, somministrazione di alimenti e bevande, vendita di stampa quotidiana e periodica e distribuzione di carburanti", come modificata dalle Leggi Regionali 05.06.2007, n. 34 e 12.11.2007, n. 55, allo scopo di fornire alle Amministrazioni locali ed alle imprese un riferimento di natura giuridica ed economica per la realizzazione di un sistema di diffusione dei prodotti editoriali che sappia coniugare le aspettative sia degli operatori del settore - editori, distributori e rivenditori - che quelle dei consumatori.

Le norme relative alla vendita della stampa quotidiana e periodica, contenute nel Capo IV della Legge Regionale, sono entrate in vigore dal 1° luglio 2007, con abrogazione delle precedenti Leggi Regionali in materia (L.R. 19.07.1982, n. 61 e L.R. 09.09.1991, n. 48) e disapplicazione degli articoli 1, 2, 3, 6 del D. Lgs. 24.04.2001, n. 170 "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'art. 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108".

Come si legge nel comunicato emesso dal Consiglio Regionale della Toscana dopo il via libera da parte della Commissione Attività Produttive, il Codice del Commercio è stato adeguato con la modifica di cui alla L.R. n. 34/2007 al cosiddetto "Bersani bis", cioè al D.L. 04.07.2006, n. 223, convertito con modificazioni dalla Legge 04.08.2006, n. 248, recependo le misure per la semplificazione; in particolare, per le edicole, si è deciso di "aspettare" il Parlamento, prevedendo la programmazione comunale per il rilascio di nuove autorizzazioni.

La materia della vendita della stampa quotidiana e periodica ha avuto una lenta evoluzione, a partire dalla Legge 07.08.1981, n. 416 "Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria", per arrivare al D. Lgs. 24.04.2001, n. 170, la cui emanazione è stata preceduta da un periodo di sperimentazione della vendita della stampa quotidiana e periodica attraverso nuovi canali distributivi previsti dalla Legge 13.04.1999, n. 108 "Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica", nel corso della quale è stata attribuita ad alcuni tipi di esercizi commerciali al dettaglio la facoltà di vendere, a seguito di autorizzazione del comune competente, anche quotidiani e periodici o una delle due tipologie di prodotti editoriali.

Il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, procedendo alla verifica degli effetti sulle vendite della stampa derivanti dall'ampliamento dei canali distributivi, ebbe a rilevare che l'allargamento della platea dei soggetti legittimati a commercializzare giornali quotidiani e periodici portava ad indubbi effetti positivi sulle vendite e benefici per i consumatori.

Con riferimento all'andamento delle vendite, l'indagine registrò un generalizzato e sensibile incremento, che non interessava solo i nuovi esercizi ammessi alla sperimentazione, ma riguardava anche, seppur in misura più limitata, i punti vendita della rete tradizionale.

L'analisi mise in evidenza come i nuovi punti vendita, in particolare quelli della grande distribuzione, favorivano la diffusione del prodotto editoriale, anche grazie alla circostanza che essi si prestano maggiormente a soddisfare le esigenze dei c.d. "acquisti d'impulso" (ossia non programmati) di giornali, soprattutto di periodici. In tal modo venivano interessati dal processo di acquisto di prodotti editoriali anche quella parte dei consumatori che, non recandosi abitualmente presso le edicole, risultavano meno facilmente raggiungibili dall'offerta di giornali quotidiani e periodici. Le nuove forme di vendita hanno dunque convogliato, verso il settore, quote aggiuntive di domanda.

Per quanto riguarda i benefici per i consumatori, l'ampliamento del novero degli operatori legittimati a commercializzare prodotti editoriali, rendendo possibile l'acquisto dei prodotti editoriali presso i punti vendita più comunemente frequentati, ha consentito la concentrazione degli acquisti. Ciò, in assenza di altre possibili forme di risparmio - essendo fisso il prezzo di rivendita dei giornali - contribuisce a determinare un'indiretta riduzione dei costi complessivamente sostenuti dai consumatori (Fonte: *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*).

---

Tali risultati positivi della sperimentazione suggerirono pertanto l'opportunità del riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica nell'ottica della liberalizzazione del sistema, introducendo un nuovo sistema di diffusione dei prodotti editoriali, che vedeva affiancarsi alla tradizionale tipologia dei punti vendita (definiti punti vendita esclusivi) una nuova tipologia rappresentata dai punti di vendita non esclusivi, rappresentati, in prima istanza, dal consolidamento e messa a regime dei punti vendita avviati con la fase di sperimentazione.

La L.R. 28/2005 ha mantenuto le tipologie dei punti vendita previste dal D. Lgs. 170/2001, come indicato nell'art. 23:

- *punti vendita esclusivi si intendono quelli che sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici. Per punti vendita esclusivi si intendono altresì gli esercizi autorizzati ai sensi dell'art. 14 della legge 7 agosto 1981, n. 416 abrogato dall'art. 9 del decreto legislativo 24 aprile 2001, n. 170, alla vendita di quotidiani e periodici in aggiunta o meno ad altre merci;*
- *punti vendita non esclusivi si intendono quelli che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di soli quotidiani, di soli periodici o di entrambe le tipologie di prodotti editoriali. Per punti vendita non esclusivi si intendono altresì gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108 (Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica) e ai quali è rilasciata l'autorizzazione per la vendita di soli quotidiani, di soli periodici o di quotidiani e periodici.*

Pertanto i *punti vendita esclusivi* sono quelli tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici, in abbinamento o meno ad altre merci: ciò significa che il rivenditore finale non può sottrarsi all'obbligo di porre in vendita i prodotti editoriali che per tipologia, categoria e quantità, sono assegnati allo stesso da editori e distributore locale, sia in esercizi che mettono in vendita esclusivamente i prodotti editoriali (edicole pure) che in esercizi dove la vendita dei quotidiani e periodici sono messi in vendita unitamente ad altri prodotti.

I *punti vendita non esclusivi* sono quelli elencati nell'art. 24, comma 1, della L.R. 28/2005, e precisamente:

- a) rivendite di generi di monopolio;
- b) impianti di distribuzione di carburanti, con il limite minimo di superficie pari a mq. 1.000;
- c) esercizi di somministrazione di alimenti e bevande;
- d) medie strutture di vendita, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq. 700;
- e) grandi strutture di vendita;
- f) esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti editoriali equiparati, con un limite minimo di superficie di mq. 120;
- g) esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento ai periodici di identica specializzazione.

Nei punti vendita non esclusivi l'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica deve svolgersi nell'ambito degli stessi locali e la relativa autorizzazione non può essere ceduta separatamente dai titoli abilitativi per l'esercizio delle altre attività di vendita.

Le autorizzazioni per i punti vendita esclusivi e non esclusivi sono rilasciate nel rispetto della programmazione comunale di cui all'art. 28 della L.R. 28/2005, definita dai Comuni sulla base degli indirizzi regionali contenuti nell'art. 27:

- a) articolazione equilibrata del sistema di vendita, con particolare attenzione all'adeguatezza della rete rispetto ad andamenti demografici, dinamiche dei consumi e flussi turistici;
- b) qualificazione, sviluppo e migliore funzionalità della rete di vendita in funzione del miglioramento del servizio da rendere al consumatore;
- c) incremento della distribuzione nelle zone carenti di servizio, con particolare attenzione ai centri minori ed alle aree montane e rurali;
- d) salvaguardia dei livelli quantitativi e qualitativi di occupazione del settore;
- e) sviluppo di nuove funzioni della rete di vendita, al fine della promozione turistica e culturale del territorio;

- f) esistenza di progetti di qualificazione e valorizzazione dei luoghi del commercio di cui al capo XIII della L.R. 28/2005.
- 

Non possono essere oggetto di considerazione al fine della programmazione alcune specifiche forme di diffusione dei prodotti editoriali, perché esenti da una qualsiasi autorizzazione amministrativa bensì sottoposti a semplice comunicazione al comune competente per territorio:

- a) vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- b) vendita in forma ambulante di quotidiani e periodici di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
- c) vendita nelle sedi di società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei quotidiani e periodici da esse editi;
- d) vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nei punti vendita;
- e) consegna porta a porta e vendita ambulante da parte di editori, distributori ed edicolanti;
- f) vendita di quotidiani e periodici nelle strutture turistico-ricettive, ove questa costituisca un servizio ai clienti;
- g) vendita di quotidiani e periodici all'interno di strutture pubbliche o private, l'accesso alle quali sia riservato esclusivamente a determinate categorie di soggetti e sia regolamentato con qualsiasi modalità;
- h) vendita di quotidiani e periodici negli empori polifunzionali di cui all'art. 20 della L.R. 28/2005.

A ciò si aggiungono le vendite effettuate attraverso il canale diretto editore - lettore che nel nostro Paese, a differenza di quanto avviene in alcuni Paesi stranieri in cui le vendite veicolate attraverso gli abbonamenti raggiungono soglie del 90% del volume complessivo, sono limitate ad appena il 9% delle vendite complessive.

Per la predisposizione della programmazione occorre, pertanto, procedere ad una analisi completa sia territoriale che tipologica, che evidenzi la consistenza dei punti vendita e la loro eventuale carenza, che indichi la collocazione fisica delle rivendite, tenendo conto della differenziazione tra esclusive e non esclusive, pervenendo a scelte e norme tali per cui la programmazione sia tale da assicurare la migliore funzionalità del servizio di distribuzione della stampa quotidiana e periodica, anche in riferimento alla zonizzazione del territorio, per poter calibrare le scelte sull'assetto della rete in rapporto alle sue peculiarità, ed individuare il ruolo delle due tipologie, affinché le specificità e potenzialità delle stesse possano raggiungere la massima diffusione dei prodotti editoriali.

---

## 2. SUDDIVISIONE IN ZONE DEL TERRITORIO COMUNALE

---

Nello "Studio ed analisi socio-economica" del settembre 2005 si è provveduto alla zonizzazione del territorio comunale, finalizzata alla programmazione delle attività commerciali e dei servizi, prendendo come punto di riferimento la suddivisione in U.T.O.E. del territorio comunale contenuta nel Piano Strutturale adottato dal Comune, nonché tenendo conto delle caratteristiche socio-economiche, urbanistiche e produttive delle diverse aree, al fine di valorizzarne le peculiarità e le possibilità di sviluppo.

Le zone risultanti sono pertanto le seguenti:

- **ZONA 1:** CORTONA CENTRO STORICO
- **ZONA 2:** CORTONA ZONA ESTERNA AL CENTRO STORICO - *U.T.O.E. 1*
- **ZONA 3:** CAMUCIA - *U.T.O.E. 2*
- **ZONA 4:** TERONTOLA - *U.T.O.E. 3*
- **ZONA 5:** LA FRATTA - *U.T.O.E. 4*
- **ZONA 6:** MERCATALE MENGACCINI - *U.T.O.E. 5* - e SORBELLO, VALLE DI NICCONE, PIERLE
- **ZONA 7:** MONTECCHIO - *U.T.O.E. 6*
- **ZONA 8:** MONSIGLIOLO e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 7*
- **ZONA 9:** CENTOIA e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 8*
- **ZONA 10:** FRATTICCIOLA, CRETI, RONZANO e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 16, 23 e 29*
- **ZONA 11:** PIETRAIA, BORGHETTO, FERRETTO e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 11, 18 e 28*
- **ZONA 12:** CIGNANO e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 19*
- **ZONA 13:** SVILUPPI LINEARI, FOSSA DEL LUPO e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 14 e 25*
- **ZONA 14:** TEVERINA, MONTE GINEZZO e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 26 e 30*
- **ZONA 15:** OSSAIA, RICCIO e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 21 e 22*
- **ZONA 16:** TAVARNELLE, MEZZAVIA e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 9 e 24*
- **ZONA 17:** PERGO, MONTANARE SCANIZZA, MONTALLA e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 10, 15 e 20*
- **ZONA 18:** CHIANACCE e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 12*
- **ZONA 19:** APPALTO S. LORENZO e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 13*
- **ZONA 20:** FARNETA e CIRCOSTANTE TERRITORIO RURALE - *U.T.O.E. 17*
- **ZONA 21:** VALLONE - *U.T.O.E. 27*

Come specificato nel capitolo 2 del suddetto Studio, tale zonizzazione è indicativa, essendo possibile che nei diversi strumenti di programmazione si renda necessario apportare delle modifiche, quali accorpamento od ulteriori suddivisioni delle zone, per far fronte alle diverse caratteristiche delle attività economiche oggetto dei relativi Piani di settore.

Per la programmazione dei punti vendita esclusivi e non esclusivi della stampa quotidiana e periodica si è ritenuto necessario diminuire il numero delle zone, mediante accorpamento, in analogia a quanto stabilito per l'attivazione degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande al pubblico, per meglio individuare le aree del territorio comunale al fine di procedere conformemente ai criteri indicati nell'art. 27 della L.R. 28/2005, nei quali si fa riferimento, tra l'altro, all'articolazione equilibrata del sistema di vendita ed alla sua qualificazione, sviluppo e migliore funzionalità, nonché all'incremento della distribuzione nelle zone carenti di servizio, con particolare attenzione ai centri minori ed alle aree rurali e montane.

Pertanto la zonizzazione prevista è la seguente:

---

- **ZONA 1:** CENTRO STORICO CORTONA (*U.T.O.E. n. 1 centro abitato*)
- **ZONA 2:** CAMUCIA, TERONTOLA (*U.T.O.E. n. 2 e n. 3*)
- **ZONA 3:** FRAZIONI DI VALLE (*U.T.O.E. nn. 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 20, 21, 22, 25, 24, 27, 28*)
- **ZONA 4:** MONTAGNA – VALLE (*U.T.O.E. nn. 16, 19, 23, 26, 29, 30*)

La relativa cartografia, contenente l'esatta delimitazione delle zone di cui sopra, elaborata dal Comune, è allegata al presente Studio.

### 3. STIMA DELLA DOMANDA

La stima della domanda si basa sui dati relativi alla popolazione residente e fluttuante per motivi di lavoro, per la fruizione di servizi e per turismo, nonché sulle dinamiche dei consumi.

Per quanto riguarda la popolazione residente, il movimento turistico e l'analisi delle strutture ricettive, si è ritenuto opportuno integrare i dati e le analisi contenuti nello "Studio ed analisi socio-economica per la redazione, predisposizione e/o modifica di regolamenti e strumenti di programmazione inerenti l'Ufficio Commercio ed Attività Produttive" del settembre 2005, e precisamente nel capitolo 3 "Analisi della situazione demografica", nel capitolo 4 "Analisi del movimento turistico" e nel capitolo 5 "Analisi delle strutture ricettive".

#### A. ANALISI DELLA SITUAZIONE DEMOGRAFICA

Sono stati analizzati i dati relativi all'andamento demografico del Comune di Cortona forniti dal Centro Elaborazione Dati comunale, dal 1° giugno 2005, data alla quale si ferma la stessa analisi nello "Studio" del settembre 2005, al 05.05.2008.

I residenti del Comune di Cortona, risultanti dai dati pervenuti dal C.E.D. alla data della rilevazione (05.05.2008) sono n. 22.913, così suddivisi per Circoscrizioni:

**TABELLA 1 - POPOLAZIONE RESIDENTE PER CIRCOSCRIZIONI COMUNALI**

CIRCOSCRIZIONE	ABITANTI	VAL. %
Cortona	2.512	10,96
Val di Pierle	897	3,92
Val d'Esse	1.581	6,90
Montagna Cortonese	667	2,91
Camucia	7.266	31,71
Val di Loreto	1.276	5,57
Valdichiana Nord	1.664	7,26
Valdichiana Ovest	2.571	11,22
Terontola	4.479	19,55
<b>TOTALE</b>	<b>22.913</b>	<b>100%</b>

Nella Tabella 2 è riportato il confronto – valori assoluti e percentuali – tra la popolazione residente nelle diverse circoscrizioni al 1° giugno 2005 e al 5 maggio 2008.

**TABELLA 2 - POPOLAZIONE RESIDENTE PER CIRCOSCRIZIONI COMUNALI  
CONFRONTO ANNI 2005 – 2008**

CIRCOSCRIZIONE	ABITANTI AL 1° GIUGNO 2005	ABITANTI AL 5 maggio 2008	VAL. %
Cortona	2.617	2.512	- 4,18
Val di Pierle	885	897	+ 1,34
Val d'Esse	1.569	1.581	+ 0,76
Montagna Cortonese	670	667	- 0,45
Camucia	6.934	7.266	+ 4,79
Val di Loreto	1.268	1.276	+ 0,63
Valdichiana Nord	1.593	1.664	+ 4,46
Valdichiana Ovest	2.615	2.571	- 1,71
Terontola	4.364	4.479	+ 2,63
<b>TOTALE</b>	<b>22.515</b>	<b>22.913</b>	<b>+ 1,77</b>

Come si evince dalle tabelle, la zona più popolosa continua ad essere la Circostrizione di Camucia, dove è proseguito il trend positivo con un incremento degli abitanti rispetto all'anno 2005 del 4,79%, seguita dalla Circostrizione di Terontola, nella quale si è verificato un aumento degli abitanti del 2,63%. Seguono le Circostrizioni di Valdichiana Ovest e Cortona, che hanno pressoché lo stesso numero di abitanti, con un trend negativo rispetto al 2005 più evidente per Cortona, con una diminuzione del 4,18%.

Con una popolazione attestata sui 1.500/1.600 abitanti vengono quindi le Circostrizioni Val d'Esse e Valdichiana Nord, entrambe con un incremento degli abitanti rispetto al 2005, la prima dello 0,76% e la seconda del 4,46%; di seguito Val di Loreto, con un aumento dello 0,63%, Val di Pierle, con un incremento del 1,34% e per ultima la Circostrizione Montagna Cortonese, che conta 667 abitanti ed un calo dello 0,45% rispetto al 2005.

Il dato totale continua ad essere positivo, registrando alla data del 05.05.2008 un aumento dell'1,77% della popolazione residente nel Comune in rapporto al 2005.

Da notare la controtendenza rispetto al confronto dei dati effettuato nello "Studio" del settembre 2005 tra gli anni 2000 – 2005, delle Circostrizioni Val di Pierle e Valdichiana Nord, che sono passate da un andamento negativo ad un andamento positivo.

Per poter effettuare l'analisi della consistenza della rete di vendita della stampa quotidiana e periodica in relazione alla popolazione residente (vedi Capitolo 5), si è provveduto inoltre a suddividere gli abitanti del Comune nelle Zone come definite ai fini della programmazione, come indicato nella tabella 3 sotto riportata.

**TABELLA 3 - POPOLAZIONE RESIDENTE PER ZONE DI PROGRAMMAZIONE PUNTI VENDITA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA**

ZONA	ABITANTI	VAL. %
Zona 1 – Centro storico Cortona	2.512	10,96
Zona 2 – Camucia, Terontola	8.799	38,40
Zona 3 – Frazioni di Valle	6.908	30,15
Zona 4 – Montagna – Valle	4.694	20,49
<b>TOTALE</b>	<b>22.913</b>	<b>100%</b>

Nella Tabella 4 è altresì riportato il confronto – valori assoluti e percentuali – tra la popolazione residente nelle zone di programmazione al 1° giugno 2005 e al 5 maggio 2008.

**TABELLA 4 - POPOLAZIONE RESIDENTE PER ZONE DI PROGRAMMAZIONE PUNTI VENDITA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA CONFRONTO ANNI 2005 – 2007**

ZONA	ABITANTI AL 1° GIUGNO 2005	ABITANTI AL 5 maggio 2008	VAL. %
Zona 1 – Centro storico Cortona	2.617	2.512	- 4,18
Zona 2 – Camucia, Terontola	8.456	8.799	+ 3,90
Zona 3 – Frazioni di Valle	6.764	6.908	+ 2,13
Zona 4 – Montagna - Valle	4.678	4.694	+ 0,34
<b>TOTALE</b>	<b>22.515</b>	<b>22.913</b>	<b>+ 1,77</b>

Nel Comune sono presenti, sempre secondo i dati riferiti alla data della rilevazione, n. 9.227 nuclei familiari, con una media di n. 2,5 componenti per famiglia; i nuclei familiari rilevati al 30 giugno 2005 erano n. 8.752, con una media di n. 2,57 componenti per famiglia.

Pertanto si è verificato un incremento del 5,43% nel numero di famiglie, con un abbassamento della media dei componenti del 2,80%.

Per completare l'analisi della situazione demografica, nelle tabelle seguenti è esposta la ripartizione per classi di età (dati assoluti e dati percentuali) nel territorio comunale, secondo la statistica disponibile per gli anni 2005 e 2008 presso il C.E.D.:

**TABELLA 5 - POPOLAZIONE RESIDENTE PER FASCIA D'ETA' - DATI ASSOLUTI**  
**ANNO 2005**

<b>Fascia d'età</b>	<b>Numero residenti</b>
0 - 14	2.382
15 - 29	3.428
30 - 65	11.120
Oltre 65	5.585
<b>Totale</b>	<b>22.515</b>

**TABELLA 6 - POPOLAZIONE RESIDENTE PER FASCIA D'ETA' - DATI %**  
**ANNO 2005**

<b>Fascia d'età</b>	<b>Percentuale residenti</b>
0 - 14	10,58
15 - 34	15,22
35 - 54	49,39
Oltre 65	24,81
<b>Totale</b>	<b>100</b>

**TABELLA 7 - POPOLAZIONE RESIDENTE PER FASCIA D'ETA' - DATI ASSOLUTI**  
**ANNO 2008**

<b>Fascia d'età</b>	<b>Numero residenti</b>
0 - 14	2.417
15 - 29	3.469
30 - 65	11.525
Oltre 65	5.502
<b>Totale</b>	<b>22.913</b>

**TABELLA 8 - POPOLAZIONE RESIDENTE PER FASCIA D'ETA' - DATI %**  
**ANNO 2008**

<b>Fascia d'età</b>	<b>Percentuale residenti</b>
0 - 14	10,55
15 - 29	15,14
30 - 65	50,30
Oltre 65	24,01
<b>Totale</b>	<b>100</b>

Dai dati sopra riportati si osserva che nel Comune di Cortona, si è verificato un leggero aumento del numero di abitanti compresi nella fascia di età da 0 a 14 anni (+1,47%), così come per gli abitanti da 15 a 29 anni (+1,20%), un incremento più marcato per la fascia di età da 30 a 65 anni (+3,64%) ed una diminuzione dei residenti nella fascia di età oltre 65 anni (-1,51%).

La classe di età più rappresentata è quella tra i 30 e i 65 anni, che alla data della rilevazione raccoglie 11.525 presenze, pari a circa il 50% del totale dei residenti.

La seconda classe più rappresentata è quella oltre i 65 anni, che con 5.502 presenze incide per circa il 24% sul totale, seguita dalla classe tra i 15 e i 29 anni con 3.469 presenze pari circa al 15% della popolazione.

La fascia di età meno rappresentata continua ad essere quella da 0 a 14 anni (10,55% del totale).

## **B. ANALISI DEL MOVIMENTO TURISTICO**

Sono stati aggiornati i dati con inserimento del movimento turistico partendo dall'anno 2004, ultima rilevazione definitiva dell'Amministrazione Provinciale di Arezzo al momento della redazione dello Studio del settembre 2005, ed inserendo la movimentazione degli anni 2005, 2006 e 2007.

I dati sono sintetizzati nella tabella di seguito riportata.

**TABELLA 9 - DATI FLUSSO TURISTICO IN STRUTTURE ALBERGHIERE ED EXTRALBERGHIERE**  
**ANNI 2004/2007**

ANNO	Arrivi italiani	Presenze italiani	Arrivi stranieri	Presenze stranieri	Arrivi totali	Presenze totali
<b>2004</b>	17.235	45.938	24.047	104.101	41.282	150.039
<b>2005</b>	18.726	52.118	23.191	100.593	41.917	152.711
<b>2006</b>	20.329	55.958	26.397	109.289	46.726	165.247
<b>2007</b>	20.786	60.167	27.763	124.718	48.549	184.885

Fonte: Amministrazione Provinciale di Arezzo

Dai dati sopra riportati si evince chiaramente l'andamento positivo del flusso turistico nel Comune di Cortona nei periodi di riferimento.

Rispetto agli arrivi ed alle presenze totali, si evidenzia un incremento rispettivamente dell'1,54% e dell'1,78% nell'anno 2005 rispetto al 2004, dell'11,47% e dell'8,21% nell'anno 2006 rispetto al 2005, del 3,90% e dell'11,88% nell'anno 2007 rispetto al 2006.

L'indice di permanenza si è attestato nel 2007 sul valore medio di 3,75 giorni; la permanenza è comunque più alta nelle strutture extralberghiere, soprattutto nei mesi estivi e da parte dei turisti stranieri. I periodi di maggiore flusso sono stati rilevati nel periodo aprile - ottobre.

In riferimento alla popolazione fluttuante, occorre ribadire, oltre al movimento turistico, il ruolo attrattivo delle diverse zone comunali per la fruizione di servizi quali l'Ufficio del Giudice di Pace, l'Agenzia delle Entrate, gli istituti bancari e gli Istituti di Istruzione (Tecnico Commerciale, Professionale per il Turismo, Liceo Classico), localizzati in Cortona Centro Storico; Azienda Sanitaria Locale, Centro per l'Impiego, Casa di Riposo, uffici dei gestori delle utenze (metano, energia elettrica, ecc.), localizzate in Camucia, che rappresenta inoltre un supporto per le zone artigianali e produttive così come indicate nello "Studio ed analisi socio-economica per la redazione, predisposizione e/o modifica di regolamenti e strumenti di programmazione inerenti l'Ufficio Commercio ed Attività Produttive".

Da evidenziare il trasferimento nell'anno 2005 dell'Ospedale S. Margherita dal Centro Storico (Zona 1) alla Località La Fratta (Zona 3) a seguito della costruzione della nuova struttura, con un incremento sostanziale dei posti letto per i pazienti.

### **C. ANALISI DELLE STRUTTURE RICETTIVE**

Anche per l'analisi delle strutture ricettive alberghiere, extralberghiere ed agrituristiche operanti nel Comune di Cortona, sono stati integrati i dati contenuti nello "Studio" del settembre 2005 a partire dalla data di rilevazione (1° giugno 2005) fino al 31 marzo 2008.

I dati sono sintetizzati nelle tabelle che seguono.

**TABELLA 10 - NUMERO STRUTTURE RICETTIVE - RAFFRONTO ANNI 2005/2008**

TIPO DI STRUTTURA	ANNI	
	2005	2008
ALBERGO	20	20
RESIDENZA TURISTICO/ALBERGHIERA	1	1
AFFITTACAMERE PROFESSIONALE	6	13
AFFITTACAMERE NON PROFESSIONALE	3	5
CASE/APPARTAMENTI PER VACANZE	10	22
RESIDENCE	3	3
CASA PER FERIE	3	4
OSTELLO	1	1
AGRITURISMO	53	88
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>157</b>

**TABELLA 11 - NUMERO POSTI LETTO - CONFRONTO ANNI 2005/2008**

TIPO DI STRUTTURA	ANNI	
	2005	2008
ALBERGO	596	759
RESIDENZA TURISTICO/ALBERGHIERA	19	19
AFFITTACAMERE PROFESSIONALE	47	97
AFFITTACAMERE NON PROFESSIONALE	14	27
CASE/APPARTAMENTI PER VACANZE	119	255
RESIDENCE	103	85
CASA PER FERIE	144	232
OSTELLO	82	82
AGRITURISMO	602	946
<b>TOTALE</b>	<b>1.726</b>	<b>2.502</b>

Le strutture ricettive hanno avuto pertanto un incremento totale del 57%, con il significativo aumento degli affittacamere professionali, delle case/appartamenti per vacanze e soprattutto delle attività agrituristiche, che sono aumentate di circa il 66%, confermando la loro diffusione nel territorio comunale caratterizzato da una zona rurale molto ampia.

---

I dati relativi allo sviluppo positivo delle strutture ricettive sono confermati dai dati percentuali derivanti dal raffronto del numero dei posti letto, il cui totale è aumentato di circa il 45% dal giugno 2005 al 31 marzo 2008, aumento dovuto all'incremento dei posti letto nelle strutture agrituristiche, nelle case/appartamenti per vacanze, negli affittacamere professionali nonché nelle case per ferie.

Per completare il quadro conoscitivo delle strutture ricettive, occorre evidenziare che nel Comune di Cortona è piuttosto diffusa la locazione turistica, cioè la locazione di appartamenti da parte di privati per brevi periodi a turisti, introdotta nel nostro ordinamento dall'art. 1, comma 2, lett. c) della Legge 09.12.1998, n. 431 "Disciplina delle locazioni e del rilascio degli immobili adibiti ad uso abitativo".

Tale tipologia non rientra tra le attività ricettive soggette ad autorizzazione, e di conseguenza non sono disponibili dati ufficiali relativi ai posti letto ed al relativo movimento turistico.

#### 4. I CONSUMI

Per quanto concerne le dinamiche dei consumi, le stesse sono strettamente collegate alla capacità di spesa delle famiglie, e quindi al reddito pro-capite.

Il reddito a disposizione del consumo è sufficientemente elevato, collocando la Toscana non solo tra le regioni più ricche d'Italia, ma anche d'Europa. Il reddito medio per abitante si attesta sui 16.000,00 euro annui, contro i circa 14.000,00 euro che rappresentano la media nazionale ed i 14.500,00 euro che rappresentano la media europea. L'aspetto più positivo è rappresentato dalla distribuzione del reddito tra le famiglie che rivela in Toscana un equilibrio migliore che altrove: il merito di questa equiripartizione è dovuto alla bassa concentrazione dei redditi da capitale ed alla funzione perequativa che viene esercitata al livello dalla Pubblica Amministrazione e dalle famiglie. Il reddito medio delle famiglie più povere è di 640 euro mensili, valore superiore a quello delle regioni del Nord del paese.

Per quanto riguarda nello specifico la provincia di Arezzo, il reddito pro-capite nel 2004, ultimo dato disponibile, si attesta su un discreto livello, circa 17.000,00 euro, mentre il livello dei consumi finali interni pro-capite è pari a circa 12.700,00 euro (*Fonti: IRPET - ISTAT - Provincia di Arezzo*).

Un dato fondamentale riguarda l'andamento delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni precedenti alla programmazione del settore.

I dati relativi ai risultati della sperimentazione sono ininfluenti, in quanto nel Comune di Cortona la stessa fu regolarmente comunicata nei termini previsti dalla normativa di riferimento da 14 esercizi, di cui 3 impianti di distribuzione carburanti, 5 bar, 5 rivendite di generi di monopolio ed una media/grande struttura di vendita, e solo uno degli esercizi (rivendita di generi di monopolio) ha ottenuto l'autorizzazione ai sensi dell'art. 4 della Legge 13.04.1999, n. 108.

Quanto sopra è sintetizzato nella tabella che segue.

**TABELLA 12 - DATI RELATIVI ALLA SPERIMENTAZIONE**

TIPOLOGIA DI PUNTO VENDITA	COMUNICAZIONI PRESENTATE	PUNTI VENDITA ATTIVATI IN SPERIMENTAZIONE	AUTORIZZAZIONI DI DIRITTO	TIPOLOGIA DI PRODOTTO		
				Q	P	Q/P
Rivendite generi di monopolio	5	1	1	0	0	5
Distributori carburanti	3	/	/	0	0	3
Bar	5	/	/	1	0	4
Medie/Grandi strutture di vendita	1	/	/	0	0	1
Librerie	/	/	/	0	0	0
Esercizi Specializzati	/	/	/	0	0	0
<b>TOTALE</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>13</b>

I dati che si sono potuti reperire dal distributore locale per Cortona (AR.DI.ST Snc di Benintendi) riguardano l'intero anno 2006 ed il primo semestre dell'anno 2007, in quanto l'archivio dello stesso è organizzato per contenere il dettaglio delle vendite per singolo punto vendita solamente per 18/20 mesi circa.

---

Dati di vendita anno 2006

☐	Quotidiani	copie vendute	758.843
☐	Pubblicazioni periodiche	copie vendute	426.064
	Totale	copie vendute	<b>1.184.907</b>

Dati di vendita primo semestre anno 2007

☐	Quotidiani	copie vendute	333.602
☐	Pubblicazioni periodiche	copie vendute	221.774
	Totale	copie vendute	<b>555.376</b>

Non essendo stati forniti i dati relativi al secondo semestre dell'anno 2007, si è provveduto a fare la proiezione dei dati relativi al primo semestre 2007 fino al 31 dicembre dello stesso anno, che ha evidenziato una presumibile flessione del 14% delle vendite dei quotidiani ed un presumibile incremento del 4% delle vendite dei periodici rispetto all'anno 2006.

Occorre inoltre considerare che la molteplicità delle iniziative e soprattutto quelle caratterizzate da vendite abbinata di quotidiani ed altri prodotti, editoriali e non, hanno introdotto una cospicua fonte di ricavo nella tradizionale catena del valore dei giornali.

E' utile completare l'analisi dei dati sui consumi nel Comune di Cortona con quanto risultato dagli studi sui bilanci dei quotidiani e sull'evoluzione della stampa dal 2005 al 2007 effettuato dalla F.I.E.G. e pubblicato recentemente.

Per quanto riguarda i quotidiani a pagamento, dopo la timida ripresa del 2006 (+1%), nel 2007 le vendite hanno fatto registrare una flessione quantificabile nell'ordine dello 0,3%.

Le indagini sulla lettura hanno evidenziato che nel 2007 è entrato in contatto con la stampa di informazione quotidiana il 79% della popolazione italiana di 14 anni e più. In valori assoluti, si tratta di 40,4 milioni di individui che leggono copie di quotidiani tradizionali acquistati in edicola, di quotidiani gratuiti ed informazioni su siti Internet gestiti da editori di quotidiani. Il 67% di questi 40,4 milioni di persone legge un quotidiano a pagamento, mentre il 34,7% legge testate gratuite ed il 21,1% legge notizie fornite da quotidiani online.

Al Nord ed al Centro si vende una copia di quotidiano ogni 9 abitanti, al Sud si vende una copia ogni 18 abitanti.

Per quanto concerne invece i periodici, secondo i dati ADS elaborati dal CENSIS si è avuto nel 2006 un calo della diffusione dei settimanali del 5,4% e dei mensili dell'8,8%.

La spesa delle famiglie per giornali e libri è scesa dall'1,79% della spesa totale del 2000 all'1,57% del 2007.

(Fonte: F.I.E.G.).

## 5. ANALISI DELLA CONSISTENZA DELLA RETE DI VENDITA

Nel territorio del Comune di Cortona sono attualmente operativi n. 13 punti vendita della stampa quotidiana e periodica.

La tabella di seguito riportata elenca le rivendite in esercizio con indicazione della zona di riferimento in base alla zonizzazione indicata al precedente capitolo 2 e della tipologia, con la precisazione che le rivendite autorizzate in vigore della Legge 416/1981 – tutte di tipo “promiscuo” – sono classificate come esclusive, compresi i casi di subingresso autorizzati dopo l’entrata in vigore del D. Lgs. 170/2001.

**TABELLA 13 - CONSISTENZA COMPLESSIVA DELLA RETE DISTRIBUTIVA**

N.	Zona	Denominazione	Indirizzo	Tipo di rivendita	Tipologia prodotto
1	1	Matracchi Anna	Via Nazionale, 9 – Cortona	E	Q-P
2	1	Merluzzi Franca	Via Severini, 3 – Cortona	E	Q-P
3	2	Viti Laura	Via XXV Aprile, 3/B-C – Camucia	E	Q-P
4	2	Ricci Miniati S.n.c.	Via Matteotti, 138 – Camucia	E	Q-P
5	2	Ghezzi P. e Cerboni P.	Piazza XXV Aprile – Camucia	E	Q-P
6	2	Lepri Claudio	Piazza Pertini, 12 – Camucia	E	Q-P
7	2	Mammoli Giorgio	Largo Trasimeno, 23 – Terontola	NE	Q-P
8	2	La Frutteria S.r.l.	Via Fosse Ardeatine, 2 – Terontola	E	Q-P
9	2	S.n.c. Ristorbar	Interno Stazione FF.SS. – Terontola	E	Q-P
10	3	Mancini Valeria	Fratta, 82	E	Q-P
11	3	Pieroni Domingo	C.A. Centoia, 32	E	Q-P
12	3	Faltoni Edo	N.A. La Dogana (Pergo), 22N/5	E	Q-P
13	3	Picchi Alessandra	Via Mazzini, 40/42 – Mercatale	E	Q-P

E quindi per un totale di n. 12 punti vendita esclusivi e n. 1 punto vendita non esclusivo.

Al fine della valutazione sulla distribuzione territoriale dei punti vendita, si è provveduto a calcolare l’indice di densità per ogni zona di programmazione. Tale indicatore consiste nel numero di residenti per rivendita; un’alta densità della distribuzione corrisponde ad un valore dell’indice basso.

**TABELLA 14 - RIVENDITE, RESIDENTI E RESIDENTI PER RIVENDITA**

Zona	Rivendite	Residenti	Residenti per rivendita
1 – Centro storico Cortona	2	2.512	1.256
2 – Camucia, Terontola	7	8.799	1.257
3 – Frazioni di Valle	4	6.908	1.727
4 – Montagna - Valle	0	4.694	0
<b>Totale complessivo</b>	<b>13</b>	<b>22.913</b>	<b>1.762</b>

**TABELLA 15 - DENSITA' DELL'OFFERTA (EDICOLE OGNI MILLE RESIDENTI)**

ZONA	RIVENDITE
1 – Centro storico Cortona	0,80
2 – Camucia, Terontola	0,80
3 – Frazioni di Valle	0,58
4 – Montagna – Valle	0
<b>Totale complessivo</b>	<b>0,57</b>

---

Dai dati sopra riportati, emerge che le zone servite presentano una bassa densità di offerta di punti vendita; la situazione migliore è stata rilevata nelle Zona 1 e 2, con circa una rivendita ogni 1.000 abitanti.

Nella Zona 4 (Montagna – Valle) non sono presenti punti vendita, e pertanto i flussi reali di pertinenza delle edicole sono formati, oltre che dai residenti nelle zone di riferimento, anche dagli utenti provenienti da tale zona.

---

## 6. LE IPOTESI PER LA PROGRAMMAZIONE

---

Nelle pagine precedenti del presente Studio sono state effettuate le valutazioni ed i riscontri richiesti dalla legislazione regionale in materia.

Per poter procedere alla programmazione di settore, è necessario tenere in considerazione che il Codice del Commercio vigente nella Regione Toscana, come evidenziato nel capitolo 1, è stato modificato alla luce del D.L. 4 luglio 2006, n. 223 "Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale" (pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 153 del 4 luglio 2006) e della Legge 4 agosto 2006, n. 248 "Conversione del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223 - Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale" (G.U. 11 agosto 2006, n. 186, s.o. n. 183), provvedimenti con i quali vengono introdotte disposizioni e principi di carattere innovativo fondate sulla liberalizzazione delle attività economiche mediante l'eliminazione di contingenti numerici, distanze ed altri elementi di ostacolo al libero dispiegarsi della concorrenza fra le imprese.

Il decreto-legge, come convertito in legge, contiene numerose disposizioni innovative in merito alle modalità di disciplina delle attività commerciali ed in generale delle attività produttive di beni e servizi con particolare riferimento all'art. 3 dello stesso che recita:

"1. Ai sensi delle disposizioni dell'ordinamento comunitario in materia di tutela della concorrenza e libera circolazione delle merci e dei servizi ed al fine di garantire la libertà di concorrenza secondo condizioni di pari opportunità ed il corretto ed uniforme funzionamento del mercato, nonché di assicurare ai consumatori finali un livello minimo ed uniforme di condizioni di accessibilità all'acquisto di prodotti e servizi sul territorio nazionale, ai sensi dell'articolo 117, comma secondo, lettere e) ed m), della Costituzione, le attività commerciali, come individuate dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e di somministrazione di alimenti e bevande, sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni:

a) l'iscrizione a registri abilitanti ovvero possesso di requisiti professionali soggettivi per l'esercizio di attività commerciali, fatti salvi quelli riguardanti il settore alimentare e della somministrazione degli alimenti e delle bevande;

b) il rispetto di distanze minime obbligatorie tra attività commerciali appartenenti alla medesima tipologia di esercizio;

c) le limitazioni quantitative all'assortimento merceologico offerto negli esercizi commerciali, fatta salva la distinzione tra settore alimentare e non alimentare;

d) il rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale;

e) la fissazione di divieti ad effettuare vendite promozionali, a meno che non siano prescritti dal diritto comunitario;

f) l'ottenimento di autorizzazioni preventive e le limitazioni di ordine temporale o quantitativo allo svolgimento di vendite promozionali di prodotti, effettuate all'interno degli esercizi commerciali, tranne che nei periodi immediatamente precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti;

f-bis) il divieto o l'ottenimento di autorizzazioni preventive per il consumo immediato dei prodotti di gastronomia presso l'esercizio di vicinato, utilizzando i locali e gli arredi dell'azienda con l'esclusione del servizio assistito di somministrazione e con l'osservanza delle prescrizioni igienico-sanitarie. 2. Sono fatte salve le disposizioni che disciplinano le vendite sottocosto e i saldi di fine stagione. 3. A decorrere dalla data di entrata in vigore del presente decreto sono abrogate le disposizioni legislative e regolamentari statali di disciplina del settore della distribuzione commerciale incompatibili con le disposizioni di cui al comma 1. 4. Le regioni e gli enti locali adeguano le proprie disposizioni legislative e regolamentari ai principi e alle disposizioni di cui al comma 1 entro il 1° gennaio 2007.".

---

Fra i principi del decreto legge vanno annoverati quelli espressamente richiamati dall'art. 3 nonché quelli esplicitati nell'art. 1: "Le norme del presente titolo, adottate ai sensi degli articoli 3, 11, 41 e 117, commi primo e secondo, della Costituzione, con particolare riferimento alle materie di competenza statale della tutela della concorrenza, dell'ordinamento civile e della determinazione dei livelli essenziali delle prestazioni concernenti i diritti civili e sociali che devono essere garantiti su tutto il territorio nazionale, recano misure necessarie ed urgenti per garantire il rispetto degli articoli 43, 49, 81, 82 e 86 del Trattato istitutivo della Comunità europea ed assicurare l'osservanza delle raccomandazioni e dei pareri della Commissione europea, dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e delle Autorità di regolazione e vigilanza di settore, in relazione all'improcrastinabile esigenza di rafforzare la libertà di scelta del cittadino consumatore e la promozione di assetti di mercato maggiormente concorrenziali, anche al fine di favorire il rilancio dell'economia e dell'occupazione, attraverso la liberalizzazione di attività imprenditoriali e la creazione di nuovi posti di lavoro".

Del resto gli indirizzi regionali in materia di stampa quotidiana e periodica dettati dall'art. 27 della L.R. 28/2005, coerentemente con il principio della tutela della concorrenza introdotto dai provvedimenti statali sopra richiamati in materia di eliminazione dei vincoli alle attività commerciali, si sostanziano in valutazioni di carattere qualitativo, e non più di carattere quantitativo quali limiti o contingenti numerici.

Pertanto l'attività di vendita di quotidiani e periodici non può essere più assoggettata a limiti e restrizioni consistenti in:

- rispetto di distanze minime obbligatorie tra attività commerciali appartenenti alla medesima tipologia di esercizio;
- rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale.

Prendendo pertanto atto della liberalizzazione operata nel settore, è opportuno introdurre per le nuove attivazioni dei punti vendita della stampa quotidiana e periodica elementi che indirizzino le nuove attività verso una maggiore qualità del servizio rispetto alle fasce di mercato, che, per il Comune di Cortona, sono da ricondursi in prevalenza al settore turistico.

L'esame dei dati relativi agli aspetti socio-economici del Comune di Cortona, alle caratteristiche territoriali, alla caratteristiche della rete distributiva di giornali quotidiani e periodici, ha comunque evidenziato una copertura non completamente soddisfacente del territorio comunale; ciò non significa che vi siano persone non in grado di rifornirsi di quotidiani e periodici, ma che il tragitto tra le loro abitazioni ed il più vicino punto vendita esclusivo non è da considerarsi ottimale.

In particolare, la Zona 4 (Montagna – Valle) è completamente priva di punti vendita.

Per quanto concerne il mercato dei quotidiani e periodici, occorre precisare che tutti i punti vendita sono di tipo "misto", in quanto in realtà dimensionali quali quella del Comune di Cortona è estremamente rara l'attivazione di edicole pure, che non comporterebbero una sufficiente remunerazione per il lavoro impiegato.

Un'ipotesi per la programmazione dei punti vendita della stampa quotidiana e periodica è quella di prevedere criteri di qualità per i punti vendita esclusivi, differenziando il punteggio minimo per poter presentare la richiesta per l'ottenimento dell'autorizzazione ai sensi dell'art. 25 della L.R. 28/2005 a seconda delle zone individuate nel presente Studio, a seguito dell'analisi effettuata, tenendo conto dei contesti e delle vocazioni delle zone stesse.

A tale proposito è necessario ribadire che seppure nelle Zone 1 e 2 si sia rilevato un identico indice di densità dell'offerta (vedi Tabella 15), le caratteristiche dell'utenza sono assolutamente diverse, in quanto per la Zona 2 il numero degli utenti è pressoché costante e prevalentemente locale, mentre per la Zona 1 è variabile in considerazione del flusso turistico, che rende necessaria altresì una maggiore attenzione alla qualità del servizio, soprattutto tenendo conto dell'alta percentuale di turisti stranieri che hanno esigenze ed abitudini di consumo diverse rispetto ai turisti italiani.

Inoltre, ai fini del rispetto della programmazione relativa all'apertura di nuovi punti vendita, è opportuno prevedere che per i trasferimenti da una zona all'altra delle attività relative ai punti vendita esclusivi debbano essere rispettati i criteri di qualità previsti per le nuove aperture nella zona di destinazione.

E' altresì opportuno normare i trasferimenti all'interno della stessa zona prevedendo che gli stessi non debbano essere soggetti al possesso dei criteri di qualità previsti per le nuove aperture, bensì alla condizione che dovranno essere mantenuti o migliorati i requisiti posseduti dagli esercizi (a titolo esemplificativo non dovrà essere operata la riduzione della superficie di vendita o ridotti i prodotti messi in vendita).

Per quanto concerne i punti vendita non esclusivi, non si ritiene opportuno prevedere criteri di qualità, al fine di consentire una maggiore capillarizzazione del servizio, ed anche per le caratteristiche peculiari degli stessi, per i quali la Legge Regionale prevede le tipologie e le caratteristiche degli esercizi nei quali possono essere attivati.

Si propone infine di prevedere che la programmazione possa essere aggiornata o modificata qualora si determinino situazioni normative di riferimento nuove o condizioni diverse da quelle previste alla data di adozione della medesima e che pregiudichino la funzionalità del servizio.

Di seguito vengono indicati i criteri di qualità ed i punteggi minimi per l'avvio delle nuove attività.

#### **CRITERI DI QUALITÀ PER I PUNTI VENDITA ESCLUSIVI DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA**

<b>REQUISITI OBBLIGATORI</b>
<b><i>1) Superficie di vendita dedicata alla stampa quotidiana e periodica come indicata per ogni singola zona di programmazione</i></b>
<b><i>2) Obbligo di vendita dei prodotti editoriali che per tipologia, categoria e quantità sono assegnati da editori e distributore locale</i></b>

#### **CRITERI DI QUALITÀ:**

	<b>A) CRITERI LOCALIZZATIVI E STRUTTURALI</b>	<b>Valore</b>
1	Prossimità di un parcheggio pubblico entro la distanza di m. 150	2
2	Individuazione di idonei spazi all'interno del locale per la consultazione dei prodotti editoriali	4
3	Attività esercitata a distanza non superiore a metri 200 da centri di erogazione di servizi pubblici	5
4	Superficie di vendita dedicata alla stampa quotidiana e periodica superiore di almeno il 50% rispetto a quella prevista come requisito obbligatorio	5
	<b>Totale max</b>	<b>16</b>

	<b>B) ALTRI CRITERI</b>	<b>Valore</b>
1	Imprenditoria giovanile (età inferiore a 35 anni del titolare nelle imprese individuali o familiari o del legale rappresentante in tutte le società, nonché della maggioranza dei soci per le S.n.c., della maggioranza dei soci accomandatari per le S.a.s., della maggioranza dei componenti del C.d.A. e dei possessori della maggioranza del capitale sociale per le società di capitali, della maggioranza dei componenti del C.d.A. e della maggioranza dei soci per le soc. cooperative) <b>Punteggio da verificare solamente al momento della dichiarazione di inizio attività</b>	5
2	Imprenditoria femminile (sesso femminile del titolare nelle imprese individuali o familiari o del legale rappresentante in tutte le società, nonché della maggioranza dei soci per le S.n.c., della maggioranza dei soci accomandatari per le S.a.s., della maggioranza dei componenti del C.d.A. e dei possessori della maggioranza del capitale sociale per le società di capitali, della maggioranza dei componenti del C.d.A. e della maggioranza dei soci per le soc. cooperative) <b>Punteggio da verificare solamente al momento della dichiarazione di inizio attività</b>	5
3	Conoscenza di almeno una lingua straniera, tra Inglese, Francese, Tedesco e Spagnolo, da parte del titolare o di un dipendente o collaboratore.	3
4	Pubblicizzazione delle iniziative dell'Amministrazione Comunale e/o diffusione di informazioni di interesse per la collettività mediante l'individuazione di appositi spazi da destinare a depliant, materiale illustrativo nel rispetto delle indicazioni impartite dalla Amministrazione Comunale	4
5	Vendita quotidiani e periodici in almeno due lingue straniere	4
6	Vendita di guide turistiche, piantine e pubblicazioni inerenti il Comune ed il suo territorio	3
7	Installazione di postazione PC collegata ad internet e servizio e-mail	3
8	Erogazione di altri servizi quali fotocopiatura, rilegatura, fax	3
9	Apertura giornaliera per almeno 10 ore al giorno (per almeno il 90% dei giorni di apertura) <b>(Con obbligo di comunicazione dell'orario effettuato)</b>	5
	<b>Totale Max</b>	<b>35</b>

**LIMITE MINIMO DI PUNTEGGIO DEI CRITERI DI QUALITA'**

**ZONA 1 – CENTRO STORICO CORTONA**

<b>REQUISITI OBBLIGATORI</b>
<i>1) Superficie di vendita dedicata alla stampa quotidiana e periodica di almeno <b>30 mq.</b></i>
<i>2) Obbligo di vendita dei prodotti editoriali che per tipologia, categoria e quantità sono assegnati da editori e distributore locale</i>

<b>Punteggio minimo per la presentazione della domanda per l'ottenimento dell'autorizzazione</b>		
<b>Punteggio criteri localizzativi e strutturali</b>	<b>Punteggio altri criteri</b>	<b>Punteggio totale</b>
<b>10</b>	<b>25</b>	<b>35</b>

**ZONA 2 – CAMUCIA, TERONTOLA**

<b>REQUISITI OBBLIGATORI</b>
<i>1) Superficie di vendita dedicata alla stampa quotidiana e periodica di almeno <b>30 mq.</b></i>
<i>2) Obbligo di vendita dei prodotti editoriali che per tipologia, categoria e quantità sono assegnati da editori e distributore locale</i>

<b>Punteggio minimo per la presentazione della domanda per l'ottenimento dell'autorizzazione</b>		
<b>Punteggio criteri localizzativi e strutturali</b>	<b>Punteggio altri criteri</b>	<b>Punteggio totale</b>
<b>10</b>	<b>22</b>	<b>32</b>

**ZONA 3 – FRAZIONI DI VALLE**

<b>REQUISITI OBBLIGATORI</b>
<i>1) Superficie di vendita dedicata alla stampa quotidiana e periodica di almeno <b>15 mq.</b></i>
<i>2) Obbligo di vendita dei prodotti editoriali che per tipologia, categoria e quantità sono assegnati da editori e distributore locale</i>

<b>Punteggio minimo totale per la presentazione della domanda per l'ottenimento dell'autorizzazione, senza distinzione tra criteri localizzativi e strutturali e altri criteri</b>
<b>20</b>

---

#### ZONA 4 – MONTAGNA VALLE

<b>REQUISITI OBBLIGATORI</b>
------------------------------

- |                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>1) Superficie di vendita dedicata alla stampa quotidiana e periodica di almeno <b>15 mq.</b></i>                                          |
| <i>2) Obbligo di vendita dei prodotti editoriali che per tipologia, categoria e quantità sono assegnati da editori e distributore locale</i> |

<b>Punteggio minimo totale per la presentazione della domanda per l'ottenimento dell'autorizzazione, senza distinzione tra criteri localizzativi e strutturali e altri criteri</b>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>20</b>
-----------