

## Il sistema di vendita e distribuzione dei prodotti editoriali

3 febbraio 2021

*Negli anni più recenti il sistema di distribuzione e vendita dei prodotti editoriali è stato oggetto di riforme che, in particolare, hanno semplificato le procedure per l'esercizio dell'attività da parte dei punti vendita, stabilito principi finalizzati a regolare i rapporti tra distributori e rivenditori di prodotti editoriali, e introdotto la possibilità, per i punti vendita esclusivi, di svolgere un'attività addizionale di distribuzione.*

*Inoltre, dal 31 dicembre 2017 è diventata obbligatoria la tracciabilità delle vendite e delle rese di quotidiani e periodici.*

*Gli interventi più recenti riguardanti gli operatori del settore, invece, hanno visto l'introduzione del c.d. tax credit edicole, da ultimo esteso fino al 2022, e l'adozione di misure specifiche per fronteggiare gli effetti negativi dell'emergenza sanitaria da Coronavirus (COVID-19). Al riguardo, si veda anche l'apposito [tema](#).*

### Le tipologie di punti vendita

La disciplina delle modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica è recata principalmente dal [d.lgs. 170/2001](#) - da ultimo modificato dal [D.L. 50/2017](#) ([L. 96/2017](#): art. 64-*bis*) - in base al quale, su tutto il territorio nazionale, il sistema di vendita è articolato in **punti vendita esclusivi** (esercizi tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici) e **non esclusivi** (esercizi che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani o periodici) (art. 2).

Con riferimento ai punti vendita non esclusivi, con [Risoluzione n. 537007 del 7 febbraio 2018](#) la competente Direzione generale del Ministero dello sviluppo economico ha fatto presente che l'utilizzo della congiunzione "o" all'art. 2, co. 1, lett. b), del d.lgs. 170/2001 (intervenuta con il D.L. 50/2017, a fronte dell'"ovvero" precedentemente previsto), stante il contesto al quale la definizione dei punti di vendita non esclusivi è riferibile, appare finalizzata a garantire ai soggetti titolari di tali punti vendita la possibilità di optare per una sola delle due tipologie di prodotti editoriali, ossia i quotidiani e i periodici, e ciò senza conseguenze sulla eventuale opzione di venderli entrambi.

### Le più recenti novità nel sistema di vendita e distribuzione dei prodotti editoriali

La [L. 198/2016](#) – istitutiva del **Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione** – ha limitato (art. 8), a decorrere dal **1° gennaio 2017**, la previsione relativa alla **garanzia della parità di trattamento** delle diverse testate da parte dei punti vendita esclusivi alle "**pubblicazioni regolari**" in occasione della loro **prima immissione nel mercato** e ha definito che cosa si intende per "pubblicazioni regolari". Ha stabilito, altresì, che anche le imprese di distribuzione dovevano adeguarsi a tale novità.

In particolare, 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 [L. 47/1948](#) (fra cui, possesso, da parte del proprietario o della persona che esercita l'impresa giornalistica, se diversa dal proprietario, dei requisiti per l'iscrizione nelle liste elettorali politiche e la pubblicazione di rettifiche) 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.

In seguito, il [D.L. 50/2017](#) ([L. 96/2017](#): art. 64-*bis*), modificando il d.lgs. 170/2001 (art. 5) e confermando l'articolazione del sistema sul territorio nazionale in **punti vendita esclusivi** e punti vendita **non esclusivi**:

- ha **eliminato** la previsione di rilascio dell'**autorizzazione** da parte dei comuni per l'esercizio dell'attività da parte dei punti vendita esclusivi e non esclusivi e, conseguentemente, ha **soppresso** anche gli **specifici obblighi di programmazione e pianificazione**, precedentemente in capo alle regioni e ai

comuni;

- ha definito una **nuova disciplina per l'apertura di nuovi punti vendita** (esclusivi e non esclusivi), anche a carattere stagionale, stabilendo, innanzitutto, in linea generale, che essa avviene mediante la **segnalazione certificata di inizio attività** (Scia), di cui all'art. 19 della [L. 241/1990](#).

Al contempo, ha previsto che, i comuni possono individuare **le zone** nelle quali - tenuto conto del numero di punti vendita già esistenti, della domanda, anche stagionale, e delle esigenze di sostenibilità ambientale e di viabilità, nonché di tutela e salvaguardia di zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale -, l'apertura di nuovi punti vendita è **regolamentata** sulla base delle **disposizioni delle regioni e delle province autonome** in materia, nonché di **criteri e parametri qualitativi** stabiliti con intesa in sede di **Conferenza unificata**, recepita con **decreto del Ministro** dello sviluppo economico. Tali criteri e parametri devono essere volti a garantire una presenza capillare ed equilibrata dei punti vendita sul territorio, anche nelle zone periferiche, in modo da soddisfare la domanda del bacino di utenza e tenuto conto delle esigenze stagionali.

Al riguardo, con [risoluzione n. 115448 del 21 marzo 2018](#), la competente Direzione generale del Ministero dello sviluppo economico ha chiarito che i comuni non hanno l'obbligo, bensì la facoltà di individuare gli ambiti del loro territorio nei quali sottoporre l'apertura di nuovi punti vendita ad apposita regolamentazione. La regolamentazione non può, in ogni caso, riguardare l'intero territorio comunale;

- ha stabilito che, con intesa in sede di **Conferenza unificata**, sono individuati, nel rispetto dei principi vigenti in materia di concorrenza, **criteri omogenei** per 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 di beni e i servizi** offerti al pubblico, e la possibilità di svolgere **l'intermediazione di servizi** a valore aggiunto a favore delle amministrazioni territoriali, delle ASL, delle aziende di trasporto pubblico e delle aziende di promozione del turismo, fermi restando gli eventuali vincoli autorizzatori previsti, per attività e servizi ulteriori, dalla normativa vigente;
- ha introdotto, tra i principi che regolano la vendita di quotidiani e periodici, ulteriori disposizioni volte a regolare i **rapporti tra distributori e rivenditori** di prodotti editoriali. In particolare, ha stabilito che le imprese di distribuzione garantiscono a tutti i rivenditori **l'accesso alle forniture a parità di condizioni economiche e commerciali** e che **la fornitura non può essere condizionata** a servizi, costi o prestazioni aggiuntivi a carico del rivenditore. Ha disposto, altresì, che le imprese di distribuzione assicurano ai punti vendita **forniture di quotidiani e periodici adeguate** (per tipologia e quantità) a soddisfare le esigenze dell'utenza del territorio. Le **forniture in eccesso** rispetto a tali esigenze, o quelle che **non sono oggetto di parità di trattamento** (ai sensi dell'[art. 8 della L. 198/2016](#)) **possono essere rifiutate o restituite** anticipatamente dai rivenditori senza alcuna limitazione temporale;
- ha introdotto la possibilità, per i punti vendita esclusivi, di svolgere un'**attività addizionale di distribuzione**, previa Scia. In particolare, ha previsto che i punti vendita esclusivi possono rifornire, sulla base di **accordi di fornitura**, i **punti vendita** delle zone dove la fornitura della stampa quotidiana e periodica non è assicurata dagli ordinari canali di distribuzione, e gli **esercizi commerciali** che facciano richiesta di fornitura di **pubblicazioni periodiche attinenti** la tipologia del bene o servizio oggetto prevalente della loro attività commerciale. Le condizioni economiche per lo svolgimento di tali attività – che tengono conto delle quantità di copie vendute dal punto vendita esclusivo nella sua attività addizionale – sono definite con **accordo su base nazionale** tra le associazioni di categoria più rappresentative di editori e rivenditori di quotidiani e periodici.

## La tracciabilità di vendite e rese di quotidiani e periodici

A decorrere **dal 31 dicembre 2017**, è divenuta **obbligatoria** la tracciabilità delle vendite e delle rese di quotidiani e periodici, attraverso l'utilizzo di strumenti informatici e telematici basati sulla **lettura del codice a barre** (originariamente prevista, a decorrere dal 1° gennaio 2013, dal [D.L. 63/2012-L. 103/2012](#), art. 4, co. 1 e, di anno in anno, prorogata) ([D.L. 244/2016-L. 19/2017](#), art. 2, co. 2 e 3).

## Gli interventi più recenti riguardanti gli operatori del settore

La **L. di bilancio 2021** ([L. 178/2020](#): art. 1, co. 609) ha **esteso** il c.d. **tax credit edicole** al **2021 e al**

**2022**, riconoscendolo agli esercenti attività commerciali che operano **esclusivamente** nel settore della vendita al dettaglio di giornali, riviste e periodici e alle **imprese di distribuzione** della stampa che riforniscono di giornali quotidiani o periodici **rivendite situate nei comuni con popolazione inferiore a 5.000 abitanti e nei comuni con un solo punto vendita**, nel limite di spesa annuale di € 15 mln.

La L. di bilancio 2019 ( [L. 145/2018](#): art. 1, co. 806-809) ha introdotto per il **2019** e il **2020** un **credito d'imposta** per le edicole e gli altri rivenditori al dettaglio che esercitavano **esclusivamente** la **vendita al dettaglio** di giornali, riviste e periodici, ovvero che, **pur non esercitando in via esclusiva**, erano gli **unici punti vendita nel comune considerato**. Il credito d'imposta doveva essere riconosciuto per ciascun esercente nella **misura massima** di € 2.000 (al riguardo, v. *infra*) e nel limite complessivo di **€ 13 mln** per il **2019** e di **€ 17 mln** per il **2020**.

Le disposizioni applicative sono state disciplinate con [DPCM 31 maggio 2019](#).

Successivamente, la L. di bilancio 2020 ( [L. 160/2019](#): art. 1, co. 393) ha disposto che, per l' **anno 2020**, in **deroga** rispetto a quanto previsto dalla L. di bilancio 2019, il credito d'imposta era riconosciuto anche agli esercizi commerciali **non esclusivi**, **anche nei casi in cui la predetta attività commerciale non rappresentasse l'unico punto vendita** al dettaglio di giornali, riviste e periodici nel comune di riferimento. Tuttavia, l'agevolazione era riconosciuta prioritariamente agli esercenti attività commerciali esclusivamente nella vendita di giornali, riviste e periodici.

Ancora dopo, il [D.L. 18/2020](#) ( [L. 27/2020](#)) ha esteso il credito di imposta per il 2020 alle **imprese di distribuzione** della stampa quotidiana e/o periodica a **rivendite** situate nei comuni con una **popolazione inferiore a 5.000 abitanti e nei comuni con un solo punto vendita**. Al contempo, le **fattispecie di spesa** compensabili sono state ampliate includendo anche i servizi di fornitura di energia elettrica, i servizi telefonici e di collegamento a Internet, nonché i **servizi di consegna a domicilio** delle copie di giornali; l'importo massimo riconosciuto a ciascun beneficiario è stato incrementato (da € 2.000) a **€ 4.000**. Più nel dettaglio, si veda il tema [Le misure adottate a seguito dell'emergenza Coronavirus \(COVID-19\) per il settore dell'editoria](#).

Ulteriori interventi sono stati disposti per fronteggiare gli effetti negativi dell'emergenza sanitaria da Coronavirus (COVID-19) con il [D.L. 34/2020](#) ( [L. 77/2020](#)) e il [D.L. 137/2020](#) ( [L. 176/2020](#)), che, in particolare, hanno riconosciuto alle persone fisiche esercenti **punti vendita esclusivi** per la rivendita di giornali e riviste un **bonus una tantum**. Al riguardo, si veda l'apposito [tema](#).