

SNAG- CONFCOMMERCIO 20123 MILANO Via S. Vito 24	SINAGI aff. SLC-CGIL 00165 ROMA Via Gregorio VII 350	UILTUCS- GIORNALAI 00145 ROMA Via G. Gozzi 35	FENAGI- CONFESERCENTI 00184 ROMA Via Nazionale 60	USIAGI- UGL 10138 TORINO Via Drovetti 23
--	---	--	--	---

Milano, 10 ottobre 2011

Spett.le

Presidenza del Consiglio dei Ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria

Via Po, 14/b

00198 ROMA

c.a. Il Capo del Dipartimento - Cons. Elisa Grande -

a mezzo e-mail

Con la presente, come richiesto con Vostra cortese comunicazione inoltrata a mezzo fax in data 5 ottobre u.s., Vi trasmettiamo le proposte di modifica al Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n° 170 (totale n° 10 pagine).

Vi inoltreremo al più presto possibile la relazione illustrativa contenente le motivazioni delle variazioni richieste.

Con i migliori saluti.

SNAG-Confcommercio

SINAGI aff. SLC-CGIL

UILTuCS-Giornalai

FENAGI-Confesercenti

USIAGI-UGL

The image shows five handwritten signatures in black ink, arranged vertically. The first signature is for SNAG-Confcommercio, the second for SINAGI aff. SLC-CGIL, the third for UILTuCS-Giornalai, the fourth for FENAGI-Confesercenti, and the fifth for USIAGI-UGL. The signatures are written in a cursive style.

<p>Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170</p> <p>"Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108"</p>	<p style="text-align: center;">Modifiche al</p> <p>Decreto Legislativo 24 aprile 2001, n. 170</p> <p>"Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica, a norma dell'articolo 3 della legge 13 aprile 1999, n. 108"</p>	
<p style="text-align: center;">TESTO VIGENTE</p> <p style="text-align: center;">Art. 1. <i>Ambito di applicazione e definizioni</i></p> <p>1. Il presente decreto detta principi per la disciplina, da parte delle regioni, delle modalita' e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica.</p> <p>2. Ai fini del presente decreto, si intende per:</p> <p>a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;</p> <p>b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dal presente decreto, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici.</p>	<p style="text-align: center;">MODIFICHE</p> <p style="text-align: center;">Art. 1. <i>Ambito di applicazione e definizioni</i></p> <p>1. Il presente decreto detta principi per la disciplina, da parte delle regioni, delle modalita' e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica e per la predisposizione dei piani di localizzazione dei punti vendita. Tali principi sono emanati a tutela della libertà e del pluralismo dell'informazione a mezzo stampa nonché del diritto di tutti di informare e di essere informati, in considerazione del valore costituzionale del prodotto editoriale.</p> <p>2. Ai fini del presente decreto, si intende per:</p> <p>a) punti vendita esclusivi quelli che, previsti nel piano comunale di localizzazione, sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici;</p> <p>b) punti vendita non esclusivi, gli esercizi, previsti dal presente decreto, che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di quotidiani ovvero periodici.</p> <p>c) testate oggetto di parità di trattamento quei prodotti a</p>	<p style="text-align: center;">MOTIVAZIONI</p> <p>Cfr. Relazione illustrativa</p>

**SNAG-
CONFCOMMERCIO**
20123 MILANO
Via S. Vito 24

**SINAGI
aff. SLC-CGIL**
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

**UILTUCS-
GIORNALAI**
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

**FENAGI-
CONFESERCENTI**
00184 ROMA
Via Nazionale 60

**USIAGI-
UGL**
10138 TORINO
Via Drovetti 23

	<p>contenuto editoriale quotidiani o periodici con finalità d'informazione, di formazione, di divulgazione, d'intrattenimento destinati alla pubblicazione e diffusi al pubblico con periodicità regolare e contraddistinti da una testata costituente elemento identificativo del prodotto che rispettano tutti gli obblighi previsti dalla Legge 8 febbraio 1948, n. 47 e recano stampata sul prodotto ed in posizione visibile: a) la periodicità effettiva b) il codice a barre c) la data di prima immissione sul mercato.</p>	
<p>Art. 2. <i>Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica</i></p> <p>1. Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio nazionale, in punti vendita esclusivi e non esclusivi.</p> <p>2. L'attività di cui al comma 1 e' soggetta al rilascio di autorizzazione da parte dei comuni, anche a carattere stagionale, con le eccezioni di cui all'articolo 3. Per i punti di vendita esclusivi l'autorizzazione e' rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'articolo 6.</p> <p>3. Possono essere autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo:</p> <p>a) le rivendite di generi di monopolio;</p> <p>b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500;</p> <p>c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie,</p>	<p>Art. 2. <i>Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica</i></p> <p>1. Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio nazionale, in punti vendita esclusivi e non esclusivi al fine di garantire una rete di vendita equilibrata ed omogenea e di salvaguardare i principi richiamati all'articolo 1 del presente decreto.</p> <p>2. L'attività di cui al comma 1 e' soggetta al rilascio di autorizzazione da parte dei comuni, anche a carattere stagionale, con le eccezioni di cui all'articolo 3. Per i punti di vendita esclusivi l'autorizzazione e' rilasciata nel rispetto dei piani comunali di localizzazione di cui all'articolo 6.</p> <p>2bis. I piani di localizzazione dei punti vendita non perseguono obiettivi economici ma sono finalizzati al raggiungimento degli obiettivi di politica culturale indicati al comma 1.</p> <p>3. Possono essere autorizzate all'esercizio di un punto vendita non esclusivo:</p>	<p>Cfr. Relazione illustrativa</p>

**SNAG-
CONFCOMMERCIO**
20123 MILANO
Via S. Vito 24

**SINAGI
aff. SLC-CGIL**
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

**UILTUCS-
GIORNALAI**
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

**FENAGI-
CONFESERCENTI**
00184 ROMA
Via Nazionale 60

**USIAGI-
UGL**
10138 TORINO
Via Drovetti 23

<p>aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;</p> <p>d) le strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700;</p> <p>e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120;</p> <p>f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.</p> <p>4. Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108, l'autorizzazione di cui al comma 2 e' rilasciata di diritto.</p> <p>5. I soggetti di cui al comma 3, che non hanno effettuato la sperimentazione, sono autorizzati all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo successivamente alla presentazione al comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7) della legge 13 aprile 1999, n. 108.</p> <p>6. Il rilascio dell'autorizzazione, anche a carattere stagionale, per i punti di vendita esclusivi e per quelli non esclusivi deve avvenire in ragione della densita' della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entita' delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di</p>	<p>a) le rivendite di generi di monopolio;</p> <p>b) le rivendite di carburanti e di oli minerali con il limite minimo di superficie pari a metri quadrati 1.500;</p> <p>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;</p> <p>d) le strutture di vendita come definite dall'articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700;</p> <p>e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120;</p> <p>f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.</p> <p>4. Per gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'articolo 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108, l'autorizzazione di cui al comma 2 e' rilasciata di diritto.</p> <p>5. I soggetti di cui al comma 3, che non hanno effettuato la sperimentazione, sono autorizzati all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo successivamente alla presentazione al comune territorialmente competente di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lettera d-bis), numeri 4), 5), 6) e 7) della legge 13 aprile 1999, n. 108.</p> <p>6. Il rilascio dell'autorizzazione, anche a carattere stagionale, per i punti di vendita esclusivi e per quelli non esclusivi deve</p>	
---	---	--

**SNAG-
CONFCOMMERCIO**
20123 MILANO
Via S. Vito 24

**SINAGI
aff. SLC-CGIL**
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

**UILTUCS-
GIORNALAI**
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

**FENAGI-
CONFESERCENTI**
00184 ROMA
Via Nazionale 60

**USIAGI-
UGL**
10138 TORINO
Via Drovetti 23

<p>accesso, nonche' dell'esistenza di altri punti vendita non esclusivi.</p>	<p>avvenire in ragione della densita' della popolazione, delle caratteristiche urbanistiche e sociali delle zone, dell'entita' delle vendite di quotidiani e periodici negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, nonche' dell'esistenza di altri punti vendita esclusivi e non esclusivi. Tali requisiti di programmazione perseguono gli obbiettivi di politica culturale di cui al comma 1.</p>	
<p style="text-align: center;">Art. 3. <i>Esenzione dall'autorizzazione</i></p> <p>1. Non e' necessaria alcuna autorizzazione: a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunita' religiose, sindacati associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate; b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa; c) per la vendita nelle sedi delle societa' editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi; d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole; e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti; f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti; g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.</p>	<p style="text-align: center;">Art. 3. <i>Esenzione dall'autorizzazione</i></p> <p>1. Non e' necessaria alcuna autorizzazione: a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunita' religiose, sindacati associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate; b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa; c) per la vendita nelle sedi delle societa' editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi; d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole; e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti; f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti; g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.</p>	

**SNAG-
CONFCOMMERCIO**
20123 MILANO
Via S. Vito 24

**SINAGI
aff. SLC-CGIL**
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

**UILTUCS-
GIORNALAI**
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

**FENAGI-
CONFESERCENTI**
00184 ROMA
Via Nazionale 60

**USIAGI-
UGL**
10138 TORINO
Via Drovetti 23

<p style="text-align: center;">Art. 4. <i>Parita' di trattamento</i></p> <p>1. Nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi assicurano parita' di trattamento alle diverse testate.</p> <p>2. I punti vendita non esclusivi assicurano parita' di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelta per la vendita.</p>	<p style="text-align: center;">Art. 4. <i>Parita' di trattamento</i></p> <p>1. Nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi assicurano parita' di trattamento alle diverse testate che abbiano i requisiti di cui alla lett. c) dell'art. 1 del presente decreto in occasione della prima immissione nel mercato di ciascun numero nel rispetto della periodicità dichiarata.</p> <p>2. I punti vendita non esclusivi assicurano parita' di trattamento alle diverse testate che abbiano i requisiti di cui alla lett. c) dell'art. 1 del presente decreto in occasione della prima immissione nel mercato di ciascun numero nel rispetto della periodicità dichiarata e nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelta per la vendita.</p>	<p style="text-align: center;">Cfr. Relazione illustrativa</p>
<p style="text-align: center;">Art. 5. <i>Modalita' di vendita</i></p> <p>1. La vendita della stampa quotidiana e periodica e' effettuata nel rispetto delle seguenti modalita': a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non puo' subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita; b) le condizioni economiche e le modalita' commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita; c) i punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate</p>	<p style="text-align: center;">Art. 5. <i>Modalita' di vendita</i></p> <p>La vendita della stampa quotidiana e periodica e' effettuata nel rispetto delle seguenti modalita': a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non puo' subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita; b) le condizioni economiche e le modalita' commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita; c) i punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;</p>	<p style="text-align: center;">Cfr. Relazione illustrativa</p>

SNAG-
CONFCOMMERCIO
20123 MILANO
Via S. Vito 24

SINAGI
aff. SLC-CGIL
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

ULTUCS-
GIORNALAI
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

FENAGI-
CONFESERCENTI
00184 ROMA
Via Nazionale 60

USIAGI-
UGL
10138 TORINO
Via Drovetti 23

<p>poste in vendita; d) e' comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.</p>	<p>d) e' comunque vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico. e) le rivendite di quotidiani e periodici possono rifiutare le forniture in eccesso delle testate oggetto della parità di trattamento rispetto alle reali esigenze diffusionali. f) i rapporti economici tra distributori e rivendite di quotidiani e periodici sono regolati da contratti estimatori. g) la sospensione delle forniture ad una rivendita, tenuto conto della funzione economico sociale della vendita di quotidiani e periodici, può avvenire solo nei casi di grave inadempimento e non deve compromettere il diritto all'informazione. h) è consentito veicolare o pubblicizzare attraverso i punti vendita o all'interno di testate distribuite attraverso i punti vendita proposte di abbonamento, da chiunque e con qualsiasi modalità effettuate, con uno sconto fino ad una percentuale massima del 15 per cento sul prezzo di copertina fissato dal produttore.</p> <p>2. Con l'accordo nazionale delle organizzazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale degli Editori, dei Distributori Nazionali, dei Distributori Locali nonché delle Organizzazioni Sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori esclusivi e non esclusivi è possibile derogare alle modalità di vendita di cui alla lettera b) del comma 1.</p> <p>3. Le deroghe di cui al comma 2, dovranno essere ratificate dal Dipartimento Editoria presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.</p>	
--	---	--

**SNAG-
CONFCOMMERCIO**
20123 MILANO
Via S. Vito 24

**SINAGI
aff. SLC-CGIL**
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

**UILTUCS-
GIORNALAI**
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

**FENAGI-
CONFESERCENTI**
00184 ROMA
Via Nazionale 60

**USIAGI-
UGL**
10138 TORINO
Via Drovetti 23

<p style="text-align: center;">Art. 6.</p> <p style="text-align: center;"><i>Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita</i></p> <p>1. Le regioni emanano gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, attenendosi ai seguenti criteri:</p> <p>a) consultazione delle associazioni piu' rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonche' delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori;</p> <p>b) valutazione della densita' di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, dell'entità delle vendite, rispettivamente, di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane, nonche' dell'esistenza di altri punti di vendita non esclusivi.</p> <p>2. I comuni sono tenuti ad adottare i piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita entro un anno dall'entrata in vigore del presente decreto legislativo. Gli stessi comuni sono tenuti alla riformulazione di detti piani a seguito dell'emanazione, da parte delle regioni, degli indirizzi di cui al comma 1.</p> <p>3. In assenza del piano, di cui al comma 1, qualora nel territorio del comune o di una frazione di comune non esistano punti di vendita, l'autorizzazione alla vendita può essere rilasciata anche ad esercizi diversi da quelli menzionati nel presente decreto.</p>	<p style="text-align: center;">Art. 6.</p> <p style="text-align: center;"><i>Piani comunali di localizzazione dei punti esclusivi di vendita</i></p> <p>1. Le regioni emanano gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, attenendosi ai seguenti criteri:</p> <p>a) consultazione delle associazioni piu' rappresentative a livello nazionale degli editori e dei distributori nonche' delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative a livello nazionale dei rivenditori;</p> <p>b) valutazione della densita' di popolazione, del numero di famiglie, delle caratteristiche urbanistiche e sociali di ogni zona o quartiere, dell'entità delle vendite, rispettivamente, di quotidiani e periodici, negli ultimi due anni, delle condizioni di accesso, con particolare riferimento alle zone insulari, rurali o montane, nonche' dell'esistenza di altri punti di vendita non esclusivi.</p> <p>c) individuazione di criteri ammessi dagli artt.11ss. del decreto legislativo 26 marzo 2010 n.59 e di criteri qualitativi necessari: I) al raggiungimento degli obiettivi di politica culturale indicati dal comma 1 dell'art.2 del presente decreto, II) alla realizzazione di una rete di vendita omogenea ed equilibrata che garantisca il diritto dei consumatori ad accedere all'intera offerta editoriale anche nelle zone remote o svantaggiate, III) allo sviluppo tecnologico della rete di vendita mediante l'informatizzazione.</p> <p>2. I comuni sono tenuti ad adottare i piani di localizzazione dei punti esclusivi di vendita entro un anno dall'entrata in vigore del presente decreto legislativo. Gli stessi comuni sono tenuti alla riformulazione di detti piani a seguito dell'emanazione, da parte</p>	<p style="text-align: center;">Cfr. Relazione illustrativa</p>
---	---	---

SNAG-
CONFCOMMERCIO
20123 MILANO
Via S. Vito 24

SINAGI
aff. SLC-CGIL
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

ULTUCS-
GIORNALAI
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

FENAGI-
CONFESERCENTI
00184 ROMA
Via Nazionale 60

USIAGI-
UGL
10138 TORINO
Via Drovetti 23

	<p>delle regioni, degli indirizzi di cui al comma 1.</p> <p>3. In assenza del piano, di cui al comma 1, qualora nel territorio del comune o di una frazione di comune non esistano punti di vendita, l'autorizzazione alla vendita può essere rilasciata anche ad esercizi diversi da quelli menzionati nel presente decreto.</p>	
	<p style="text-align: center;">Art. 6 bis</p> <p style="text-align: center;"><i>Incentivi per l'informatizzazione e l'ammodernamento della rete di vendita</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) per la realizzazione dell'informatizzazione della rete di vendita è previsto un credito d'imposta pari al 40% dei costi sostenuti per l'acquisto di macchinario elettronico (personal computer, notebook, pos, stampanti, fax, ecc...) e per i relativi software, con facoltà di ammortizzare il costo sostenuto, al netto del credito d'imposta riconosciuto, nell'esercizio nel quale è stato sostenuto se inferiore a euro 1500, oppure, se superiore a detto importo, in quote costanti nell'esercizio e nei due successivi; 2) è fatto obbligo alle imprese locali di distribuzione di consentire il collegamento informatico con le singole rivendite, attraverso un protocollo condiviso per lo scambio dei dati tra i diversi software gestionali presenti sul territorio di riferimento; 3) il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria , entro 60 giorni dalla data di approvazione del presente decreto, sentite le parti sociali, individua il soggetto cui affidare il ruolo di server per la gestione dei dati informatici, garantendo la fruibilità degli stessi a tutti i componenti della filiera editoriale accreditati presso il DIE; 	

**SNAG-
CONFCOMMERCIO**
20123 MILANO
Via S. Vito 24

**SINAGI
aff. SLC-CGIL**
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

**UILTUCS-
GIORNALAI**
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

**FENAGI-
CONFESERCENTI**
00184 ROMA
Via Nazionale 60

**USIAGI-
UGL**
10138 TORINO
Via Drovetti 23

	<p>4) per l'ammodernamento dei negozi e la sostituzione dei chioschi adibiti alla vendita della carta stampata, è prevista:</p> <p>a) l'attribuzione di un credito d'imposta pari al 40% dell'investimento effettuato da portare in detrazione in tre esercizi;</p> <p>b) convenzione per linea di credito agevolata.</p>	
<p>Art. 7. <i>Stampa estera</i></p> <p>1. Il presente decreto legislativo si applica anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.</p>	<p>Art. 7. <i>Stampa estera</i></p> <p>1. Il presente decreto legislativo si applica anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.</p>	
<p>Art. 8. <i>Monitoraggio del mercato editoriale</i></p> <p>1. La Presidenza del Consiglio dei Ministri, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato, assicura il monitoraggio della rete di vendita dei giornali quotidiani e periodici per l'espansione del mercato editoriale. A tale fine, con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, e' individuata la struttura preposta a detto monitoraggio, con la partecipazione dei soggetti del comparto distributivo editoriale e delle regioni di volta in volta interessate.</p>	<p>Art. 8. <i>Monitoraggio del mercato editoriale</i></p> <p>1. La Presidenza del Consiglio dei Ministri, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato, assicura il monitoraggio della rete di vendita dei giornali quotidiani e periodici per l'espansione del mercato editoriale. A tale fine, con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, e' individuata la struttura preposta a detto monitoraggio, con la partecipazione dei soggetti del comparto distributivo editoriale e delle regioni di volta in volta interessate.</p>	

<p>Art. 9. <i>Norme finali</i></p> <p>1. Per quanto non previsto dal presente decreto si applica il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.</p> <p>2. Sono abrogati l'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e l'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.</p>	<p>Art. 9. <i>Norme finali</i></p> <p>1. Per quanto non previsto dal presente decreto si applica il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.</p> <p>2. Sono abrogati l'articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e l'articolo 7 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.</p>	
---	---	--

**SNAG-
CONFCOMMERCIO**
20123 MILANO
Via S. Vito 24

**SINAGI
aff. SLC-CGIL**
00165 ROMA
Via Gregorio VII 350

**UILTUCS-
GIORNALAI**
00145 ROMA
Via G. Gozzi 35

**FENAGI-
CONFESERCENTI**
00184 ROMA
Via Nazionale 60

**USIAGI-
UGL**
10138 TORINO
Via Drovetti 23