

**REGIONE MARCHE – L.R. 4 ottobre 1999, n. 26: Norme ed indirizzi per il settore del commercio.**

*(Pubblicato nel B.U.R. 14 ottobre 1999, n. 99)*

**Art. 1 - (Finalità)**

1. Con la presente legge sono determinati norme e indirizzi per il settore del commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, allo scopo di favorire la migliore distribuzione delle merci e dei prodotti e lo sviluppo delle attività commerciali, nonché di disciplinare l'esercizio del commercio su aree pubbliche nel territorio regionale.

2. La Regione riconosce la funzione sociale espletata dalle cooperative costituite fra i consumatori, nonché il contributo allo sviluppo del commercio recato dalle imprese esercenti l'attività di rappresentanza e di intermediazione commerciale. [1]

(1) Comma sostituito dall'art. 1, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

**CAPO I**

**Esercizio del commercio in sede fissa**

**Art. 2 - (Indirizzi generali)**

1. I Comuni, nell'adeguare gli strumenti di programmazione per l'insediamento delle attività commerciali, devono attenersi ai seguenti indirizzi:

a) tendere alla massima articolazione possibile sul territorio comunale della rete distributiva al dettaglio, finalizzata:

1) alla compresenza di esercizi despecializzati e specializzati in sede fissa e della vendita esercitata su aree pubbliche e armonizzazione della rete distributiva con quella dei pubblici esercizi e del comparto dell'artigianato di servizio;

2) alla diversificazione delle tipologie di esercizi e delle forme imprenditoriali;

b) tener conto nell'indicare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita:

1) della situazione commerciale esistente;

2) della valutazione sulla congruità ed adeguatezza quantitativa e qualitativa della rete distributiva operante, in rapporto all'esigenza dell'utenza potenziale;

3) del rapporto di coerenza tra la rete commerciale e la rete infrastrutturale;

4) dell'incremento della tensione concorrenziale lasciando, anche, ampio spazio alle iniziative con elevato contenuto di innovazione;

c) favorire la concentrazione spaziale degli esercizi con l'individuazione anche di zone commerciali integrate tra aree urbane ed extra urbane all'interno delle quali esista o venga progettata una pluralità di esercizi commerciali, paracommerciali contigui e configurabili come un complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti e dotata di servizi comunali quali parcheggi, percorsi

pedonali, rallentatori del traffico, pavimentazioni filtranti alberature, parchi giochi per ragazzi, evitando il più possibile insediamenti isolati di singole unità di vendita e supportando tali concentrazioni di esercizi con adeguate strutture di parcheggio e di aree;

d) tendere alla politica di assetto del territorio attraverso un rapporto calibrato tra accessibilità automobilistica, viabilità, parcheggi, visibilità, bacino d'attrazione ed effetti indotti sull'assetto del territorio e la prevenzione di possibili esternalità negative determinate dallo sviluppo della rete distributiva connessa, quale, ad esempio, il progressivo mutamento della vocazione territoriale delle aree di insediamento delle medie e grandi superfici di vendita;

e) salvaguardare e riqualificare i centri storici attraverso:

1) una calibrata distribuzione del commercio;

2) un'efficace presenza del trasporto pubblico;

3) un'equilibrata ripartizione della gestione della struttura urbana tra pubblico e privato;

4) una valorizzazione commerciale dei percorsi storici e l'inserimento di contenitori integrati nel reticolo urbano;

f) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva nelle zone di montagna ottimizzando l'uso del commercio attraverso:

1) progetti strategici comuni fra soggetti pubblici e/o privati;

2) individuazione di particolari agevolazioni tributarie finalizzate all'incentivazione di forme associative tra dettaglianti per ottimizzare le diseconomie tipiche dei piccoli commercianti indipendenti;

g) favorire la riallocazione dei dettaglianti locali negli insediamenti di nuove attività commerciali all'interno dei centri storici o di aree urbane centrali da recuperare e valorizzare sotto il profilo funzionale ed ambientale;

h) utilizzare gli oneri derivanti dagli interventi privati per completare le infrastrutture necessarie;

i) stipulare accordi intercomunali, tramite il concorso dell'Amministrazione provinciale, per localizzare gli insediamenti della grande distribuzione a livello sovracomunale.

2. I Comuni possono stabilire le zone nelle quali è possibile, per un periodo non superiore ad un anno dall'entrata in vigore della presente legge, sospendere o inibire gli effetti della comunicazione dell'apertura degli esercizi di vicinato allorquando vi siano situazioni di congestione del traffico dovute all'alta presenza di attività commerciali, che necessitano di interventi urgenti a livello infrastrutturale o di assetto del sistema dei trasporti e di impatto del nuovo esercizio sull'apparato distributivo.

3. I Comuni, sulla base degli indirizzi e dei parametri di cui al presente capo, provvedono a programmare lo sviluppo del commercio sul proprio territorio, individuando attraverso il piano regolatore generale (PRG) le aree commerciali e le loro interconnessioni con le zone residenziali, l'assetto viario, la dotazione dei parcheggi, le zone produttive.

4. Entro centottanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, i Comuni, in relazione alla situazione esistente, provvedono, qualora non già

stabilito dal PRG, a distinguere le strutture e le aree con destinazione urbanistica ad uso commerciale tra commercio all'ingrosso e commercio al dettaglio comprendente anche le attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande. La suddivisione tra commercio all'ingrosso e al dettaglio viene mantenuta anche successivamente per quanto concerne la modifica del piano regolatore e l'eventuale individuazione di nuove aree di espansione commerciale.

5. I Comuni, inoltre, sono tenuti a predisporre un efficiente sistema di monitoraggio della rete commerciale esistente sul proprio territorio.

### **Art. 3 - (Zone commerciali e suddivisione dei comuni per classi di residenti)**

1. Le aree del territorio comunale sono suddivise, ai fini della localizzazione delle strutture commerciali, secondo quanto stabilito dagli strumenti urbanistici vigenti, in:

a) ZONA A: le parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono carattere storico, artistico e di particolare pregio ambientale o da porzioni di essi, comprese le aree circostanti, che possono considerarsi parte integrante, per tali caratteristiche, degli agglomerati stessi;

b) ZONA B: le parti del territorio, totalmente o parzialmente edificate, diverse dalla zona A: si considerano parzialmente edificate le zone in cui la superficie coperta degli edifici esistenti non sia inferiore al 12,5 per cento della superficie fondiaria della zona e nelle quali la densità territoriale sia superiore ad 1,5 mc/mq;

c) ZONA C: le parti del territorio destinate a nuovi complessi insediativi, che risultano inedificate o nelle quali l'edificazione preesistente non raggiunge i limiti di superficie e densità di cui alla lettera b);

d) ZONA D: le parti del territorio destinate agli insediamenti produttivi qualora il piano regolatore generale preveda espressamente la possibilità di insediamenti commerciali.

2. I Comuni sono suddivisi per classi di residenti come nella tabella A allegata alla presente legge.

### **Art. 4 - (Bacini commerciali)**

1. I Comuni sono suddivisi in 14 bacini commerciali, considerati come ambito commerciale omogeneo, come da tabella B allegata alla presente legge.

### **Art. 5 - (Classificazione strutture commerciali)**

1. Le medie e grandi strutture di vendita, costituite sia da un unico esercizio sia da un insieme di più esercizi, sono classificate, ai soli fini del rispetto dei parametri di parcheggio di cui al comma 1 dell'articolo 7, nel modo seguente:

a) M1, medie strutture inferiori: esercizi aventi superficie di vendita compresa tra 151 e 600 mq nei comuni delle classi III e IV e superficie compresa tra 251 e 900 mq nei comuni delle classi I e II;

b) M2, medie strutture superiori: esercizi aventi superficie compresa tra 601 e 1500 mq nei comuni delle classi III e IV e superficie compresa tra 901 e 2500 mq nei comuni delle classi I e II; [1]

c) G1, grandi strutture inferiori: esercizi aventi superficie compresa tra 1501 e 3500 mq nei comuni delle classi III e IV e superficie compresa tra 2501 e 6000 mq nei comuni delle classi I e II;

d) G2, grandi strutture superiori: esercizi aventi superficie di vendita maggiore di 3500 mq nei comuni delle classi III e IV o maggiore di 6000 mq nei comuni delle classi I e II;

e) A, esercizi del settore alimentare o misto (alimentare e non alimentare);

f) E, esercizi del settore non alimentare.

2. Nella tabella C, allegata alla presente legge, sono indicate le ripartizioni per classe di comuni e localizzazione delle strutture commerciali di media e grande superficie in base alla loro tipologia e in rapporto alle zone comunali.

3. I Comuni facenti parte dello stesso bacino possono associarsi per l'individuazione di un'unica area commerciale. In tal caso i limiti della localizzazione previsti dalla tabella C, allegata alla presente legge, sono applicati al numero complessivo degli abitanti dei comuni associati.

(1) Lettera modificata dall'art. 2, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 6 - (Medie e grandi strutture di vendita)**

1. Le medie strutture di vendita sono localizzabili nella zona A in base a quanto previsto dall'articolo 9. [1]

2. Le grandi strutture di vendita sono localizzabili nelle zone C e D.

3. Gli insediamenti delle medie e grandi strutture di vendita sono subordinati al rispetto delle previsioni del PRG relative alle aree di localizzazione, nonché alle norme sulla viabilità.

4. Ogni struttura edilizia deve essere considerata nel suo insieme, sia quando la ripartizione interna preveda un unico esercizio commerciale sia quando la ripartizione interna preveda una suddivisione in più esercizi classificabili come esercizi di vicinato.

4-bis. Le grandi strutture di vendita hanno il vincolo di trasferimento o accorpamento di esercizi di medie e grandi dimensioni per una superficie complessiva pari al 30 per cento di quella di vendita globale della grande struttura per la quale è richiesta l'autorizzazione. Gli esercizi trasferibili devono aver esercitato l'attività per almeno tre anni ed essere localizzati nei comuni appartenenti al bacino commerciale sede del nuovo esercizio. In caso di ampliamento di settore merceologico già autorizzato, il trasferimento è calcolato alla sola parte ampliata. Nel caso di modifica di settore merceologico il 30 per cento da trasferire è riferito alla superficie globale. [2]

(1) Comma sostituito dall'art. 3, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma aggiunto dall'art. 3, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 7 - (Parcheggi) [1]**

1. La realizzazione delle medie e grandi strutture di vendita è subordinata alla dotazione minima di aree destinate a parcheggio, la cui superficie complessiva è calcolata in base ai parametri previsti dalla Tabella D allegata alla presente legge. Tali parametri sono comprensivi delle aree di parcheggio privato e delle aree di parcheggio pubblico, di cui all'articolo 62, commi 1 e 4, del regolamento edilizio tipo approvato con r.r. 14 settembre 1989, n. 23 e successive modificazioni. Nelle zone classificate B, in deroga a quanto previsto dall'articolo 5 del d.m. 2 aprile 1968, n. 1444, la quantità di aree da destinare a parcheggio pubblico non può essere ridotta alla metà. Nelle zone classificate A i parametri sono quelli stabiliti dalla normativa urbanistica comunale.
2. Ai fini dell'applicazione dei parametri di cui alla Tabella D, per superficie di vendita si intende l'area effettivamente destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici, servizi e aree coperte comuni, spazi di avancassa.
3. Nelle concessioni edilizie relative alle strutture commerciali di cui al comma 1 sono specificate le superfici destinate a parcheggi privati e quelle destinate a parcheggi pubblici. Le superfici di parcheggio privato comprendono le aree a disposizione dei titolari e dei dipendenti delle strutture commerciali, le aree destinate alle operazioni di carico e scarico delle merci e le aree a disposizione dei clienti. Per quanto concerne la determinazione degli oneri concessori, le superfici di parcheggio privato sono considerate parcheggi pertinenziali ai sensi dell'articolo 41 sexies della legge 17 agosto 1942, n. 1150 e successive modificazioni.
4. Per gli esercizi già in attività alla data del 24 aprile 1999 i parametri di superficie di parcheggio restano quelli preesistenti, così pure nei casi di subentro, qualora l'attività sia inerente lo stesso settore merceologico. L'adeguamento ai nuovi parametri di parcheggio è richiesto nel caso di rilascio di nuova autorizzazione, di modifica del settore merceologico e di ampliamento della superficie di vendita per la sola parte ampliata. L'eventuale riduzione dei parametri comporta la riduzione della superficie di vendita o la revoca dell'autorizzazione.
5. Nell'ambito delle medie e grandi strutture commerciali in cui sono presenti attività artigianali e di servizi deve essere assicurata una dotazione di parcheggi a supporto delle predette attività, che si aggiunge a quella prevista dal comma 1 e che è disciplinata dal piano regolatore generale del comune.
6. I parcheggi previsti dal presente articolo sono realizzati realizzati in contiguità, anche funzionale, con le strutture commerciali cui ineriscono e possono essere utilizzati da tutti i cittadini; particolari forme di gestione possono essere oggetto di apposita convenzione con il comune per disciplinare, in particolare, i criteri di regolamentazione della sosta, la sua eventuale onerosità e la relativa gestione finanziaria. È ammessa la realizzazione di parcheggi anche su suoli la cui titolarità sia diversa da quella delle strutture commerciali cui ineriscono, purché i gestori di queste ne abbiano la disponibilità. Le medie e grandi strutture di vendita poste al di fuori dei centri abitati o ai loro margini possono utilizzare parcheggi pubblici messi a loro

disposizione dal comune, quando questi non siano utilizzabili dalla popolazione o come parcheggi scambiatori per l'accesso al centro urbano con mezzi collettivi. Il rapporto fra il gestore della struttura ed il comune è disciplinato da apposita convenzione.

7. Le aree destinate a parcheggio possono essere ricavate anche in vani interrati, purché siano assicurate efficaci soluzioni di accesso, illuminazione interna ed aerazione. Sono in ogni caso prescritti percorsi veicolari, aree di parcheggio e stazionamento differenziate per i clienti e per gli approvvigionamenti, gli uffici ed i servizi; alle operazioni di carico e scarico delle merci va riservata un'area dimensionata alle esigenze della struttura e delimitata rispetto alla restante area di parcheggio, in modo da non interferire con la sua utilizzazione. Vanno adottati tutti gli accorgimenti necessari ad assicurare un'agevole fruizione dei parcheggi e un facile accesso da questi ai punti di vendita, nonché rimosse le eventuali barriere architettoniche presenti. Qualora siano previste tecniche di parcheggio non tradizionali, che consentano di minimizzare le aree necessarie per la manovra, è ammessa una riduzione della superficie complessiva destinata a parcheggi, purché sia assicurata una capienza equivalente in numero di posti macchina. Gli accessi e le uscite dai parcheggi devono essere realizzati in modo da evitare, o ridurre al minimo, le interferenze con il traffico che si svolge sulle strade pubbliche, in particolare nelle ore di punta.

8. Le norme di cui al presente articolo prevalgono sulle eventuali diverse disposizioni dei regolamenti edilizi e degli strumenti urbanistici comunali, nonché sulle altre norme comunali in materia edilizia. Sono fatte salve le prescrizioni degli strumenti urbanistici attuativi di iniziativa pubblica approvati entro la data del 24 aprile 1999 e quelle dei piani di lottizzazione convenzionati entro la medesima data.

(1) Articolo sostituito dall'art. 4, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 8 - (Direttive alle Province)**

1. Le Province, sulla base di quanto stabilito dal piano di inquadramento territoriale, in relazione alla rete viaria di importanza nazionale (STINF 7), interregionale (STINF 8), regionale (STINF 9) e degli accessi, stabiliscono con i propri piani di coordinamento territoriali gli insediamenti della grande distribuzione a livello sovracomunale, ovvero i criteri e le procedure per la loro individuazione esclusivamente in relazione alla localizzazione degli insediamenti negli ambiti comunali.

#### **Art. 8-bis - (Sospensione del rilascio delle autorizzazioni per le grandi strutture di vendita) [1]**

1. Il rilascio di nuove autorizzazioni per l'apertura di grandi strutture di vendita è sospeso fino all'approvazione dei piani di coordinamento territoriale, che stabiliscono, d'intesa con i Comuni, la programmazione riguardante la grande distribuzione con relativa individuazione di zone idonee, anche attraverso la valutazione dell'impatto dei flussi di traffico riferiti alla grande distribuzione in ambito provinciale di cui all'articolo 8.



### **Art. 9 - (Centri storici)**

1. In relazione a quanto stabilito alla lettera e), comma 1, dell'articolo 2, all'interno dei centri storici (zona A), i Comuni individuano le aree destinate alle attività commerciali, avendo cura di indicare i luoghi del commercio per i quali è possibile prevedere specifici piani di intervento globale di recupero e di rilancio. Per luoghi del commercio si intendono le aree tradizionalmente vocate per le attività commerciali che, per la loro concentrazione di negozi, integrazione tra le varie merceologie, tipologie di vendita e attività artigianali e di servizio, rendono al consumatore un servizio completo. Tali luoghi vanno privilegiati, evitando insediamenti di tipo isolato, se non nei casi di presenza di servizio in aree marginali e decentrate.

2. All'interno dei centri storici, al fine della tutela del patrimonio artistico, i Comuni possono individuare le tipologie merceologiche e gli stili architettonici ammessi.

3. Il Comune può individuare aree, vie e piazze all'interno delle quali prevedere limitazioni merceologiche al fine di una qualificazione specifica e prevedere norme di natura urbanistica per i cambi di destinazione d'uso al fine di rendere disponibili alle specifiche attività commerciali individuate, locali non rispondenti ai normali standard previsti, supportando adeguatamente tali aree con indicazione di percorsi tematici e turistici.

4. Nella zona A (centro storico) sono possibili localizzazioni di medie strutture di vendita, come di seguito riportato:

a) comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti:

1) M 1, medie strutture commerciali con superficie di vendita compresa tra 151 e 600 mq;

2) [1]

b) comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti:

1) M 1, medie strutture commerciali con superficie di vendita compresa tra 251 e 900 mq;

2) [1]

5. Nella zona "A" sono altresì localizzabili strutture formate da un insieme di esercizi con singole superfici di vendita non superiori a 600 mq nei comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti e 900 mq nei comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti, fisicamente divisi tra loro, con ingressi singoli anche se accessibili da corridoi o altri comuni, come di seguito riportato:

a) comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti: M 2 A - M 2 E, medie strutture commerciali del settore alimentare e non alimentare, con superficie di vendita compresa tra 601 e 1.500 mq;

b) comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti: M 2 A - M 2 E, medie strutture commerciali del settore alimentare e non alimentare, con superficie di vendita compresa tra 901 e 2.500 mq. [2]

6. Nel caso di insediamento di nuove attività commerciali all'interno dei centri storici da recuperare e valorizzare sotto il profilo funzionale ed ambientale, il Comune, qualora si renda impossibile la realizzazione delle prescritte dotazioni di parcheggio di pertinenza previste dal piano regolatore generale in contiguità con le nuove strutture programmate, può definire una soglia di convenienza per l'accessibilità, valutando l'impatto di tali strutture nell'ambito della zona in relazione: [3]

- a) alla riqualificazione commerciale;
- b) all'impatto sulla viabilità esistente e al traffico;
- c) alla situazione dei parcheggi pubblici presenti nella zona e alla loro interrelazione con la struttura di vendita;
- d) alla possibilità di forme convenzionate per la gratuità dei mezzi di trasporto.

(1) Numero abrogato dall'art. 6, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma sostituito dall'art. 6, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Alinea modificato dall'art. 6, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 10 - (Servizi commerciali polifunzionali)**

1. Nei comuni montani con popolazione inferiore a 1.000 abitanti e nei centri e nuclei abitati con popolazione inferiore a 500 abitanti di tutti i comuni, è possibile svolgere congiuntamente in un solo esercizio, oltre all'attività commerciale della tipologia alimentare e non alimentare e della somministrazione di alimenti e bevande, altri servizi di particolare interesse per la collettività, eventualmente in convenzione con soggetti pubblici e privati.

2. Gli esercizi polifunzionali devono garantire orari settimanali e periodi di apertura minimi da stabilire in accordo con il Comune.

3. La Giunta regionale promuove il convenzionamento con i soggetti di cui al comma 1.

4. I Comuni possono concedere, con convenzione, l'uso di immobili ad aziende commerciali che ne facciano richiesta per l'attivazione di esercizi polifunzionali.

5. Gli esercizi polifunzionali non possono essere trasferiti in zone diverse da quelle in cui gli esercizi risultano insediati per la durata del rapporto stabilito dalla convenzione.

6. I Comuni, oltre a quanto stabilito all'articolo 2, comma 1, lettera f), possono stabilire particolari agevolazioni, fino all'esenzione, per tributi di loro competenza.

#### **Art. 11 - (Modalità di presentazione delle domande e priorità relative alle grandi strutture di vendita)**

1. Per ottenere l'autorizzazione di cui all'articolo 9 del d.lgs. 114/1998, il richiedente deve presentare al Comune competente domanda corredata della seguente documentazione:

- a) descrizione delle caratteristiche dell'iniziativa indicando: numero degli esercizi previsti, superficie di vendita complessiva, superficie di vendita di ciascun esercizio, settori di vendita;



b) cartografia con l'indicazione della collocazione dell'iniziativa sulla viabilità e documentazione delle prescrizioni urbanistiche influenti sull'area interessata, nonché delle previsioni derivanti da strumenti di pianificazione territoriale vigente;

c) indicazione dei limiti della presunta area di attrazione;

d) valutazione dei flussi di traffico;

e) analisi costi / benefici dell'iniziativa;

f) indicazione della superficie in relazione al terreno disponibile, alla superficie coperta complessiva e al parcheggio di pertinenza;

g) indicazioni di eventuali esercizi commerciali già operanti trasferiti ed occupati nella nuova struttura.

2. La domanda deve essere depositata presso la segreteria del Comune oppure inviata tramite lettera raccomandata.

3. In caso di richieste concorrenti le domande saranno valutate secondo il seguente ordine di priorità:

a) reimpiego del personale delle strutture concentrate previste da un apposito accordo sindacale;

b) apertura di una media struttura di vendita o ampliamento di una media o di una grande struttura di vendita, a seguito di concentrazione o accorpamento di esercizi autorizzati, ai sensi dell'articolo 24 della legge 426/1971, per la vendita di generi di largo e generale consumo, con superficie globale pari a quella richiesta;

c) richiedente operante da almeno 3 anni in uno dei comuni del bacino commerciale interessato all'iniziativa;

d) rapporto maggiore tra la superficie delle attività specializzate e quelle despecializzate;

e) maggiore articolazione di:

1) attività commerciali;

2) attività artigianali di servizio;

3) attività di somministrazione;

4) attività per la fruizione del tempo libero;

5) attività culturali, ricreative;

6) altre attività di servizio congruenti e compatibili con l'utenza prevista.

4. L'efficacia delle soluzioni proposte, anche sotto il profilo dell'articolazione funzionale e spaziale delle aree attrezzate di supporto alla struttura programmata, costituisce fattore di preferenza.

## **Art. 12 - (Rilascio dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita)**

1. I Comuni, sulla base degli indirizzi e dei criteri di cui al presente capo ed in particolare di quelli previsti dall'articolo 11, sentite le organizzazioni di tutela dei consumatori, le organizzazioni imprenditoriali del commercio e le organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti, adottano le norme sul procedimento e i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita.

2. Il rilascio è subordinato alla sussistenza delle seguenti condizioni:

- a) rispetto delle disposizioni in materia di urbanistica commerciale previste in atti regionali, provinciali e comunali;
- b) verifica di ogni altra condizione richiesta dal d.lgs. 114/1998 e dal presente capo.

3. [1]

(1) Comma abrogato dall'art. 7, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 13 - (Rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita)**

1. Ai sensi dell'articolo 9 del d.lgs. 114/1998, il Comune indice, entro sessanta giorni dal ricevimento della domanda per una grande struttura di vendita, una conferenza di servizi composta da un rappresentante della Regione, uno della Provincia e uno del Comune. Alla conferenza partecipano a titolo consultivo i rappresentanti dei Comuni contermini, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e delle organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti più rappresentative in relazione al bacino di utenza interessato.

1-bis. Trascorso il termine di cui al comma 1, l'interessato può richiedere al Comune se la conferenza sia stata indetta; in caso di risposta negativa o di mancata risposta entro trenta giorni, l'interessato invia la domanda alla Regione la quale, entro i trenta giorni successivi, indice la conferenza dei servizi. [1]

2. La conferenza di servizi delibera entro novanta giorni dalla convocazione. La conferenza decide a maggioranza dei componenti e il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione.

3. Il Comune, entro trenta giorni dal parere favorevole della conferenza di servizi, deve procedere al rilascio dell'autorizzazione.

4. La domanda completa della documentazione prevista dall'articolo 11, per la quale non sia stato comunicato il diniego entro centoventi giorni dalla indizione della conferenza, è ritenuta accolta.

5. La conferenza di servizi valuta la domanda in relazione alla sussistenza delle seguenti condizioni:

- a) rispetto delle disposizioni in materia di urbanistica commerciale previste in atti regionali, provinciali e comunali;
- b) verifica di ogni altra condizione richiesta dal d.lgs. 114/1998 e dal presente capo.

(1) Comma aggiunto dall'art. 8, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 14 - (Cessazione dell'attività e subentro)**

1. La cessazione dell'attività, relativamente agli esercizi di vicinato, medie e grandi imprese di vendita, è soggetta alla sola comunicazione al Comune competente per territorio, con l'indicazione degli estremi dell'autorizzazione, del settore merceologico, dell'ubicazione e della superficie di vendita dell'esercizio.

2. In caso di trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte, il subentro nell'attività è comunicato al Comune entro

sessanta giorni, con indicazione degli estremi dell'autorizzazione interessata e del contratto di cessione d'azienda, nonché del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998. Trascorso tale termine, il subentrante decade dal diritto di esercitare l'attività del dante causa. [1]

2-bis. Il subentrante per causa di morte ha comunque la facoltà di continuare provvisoriamente l'attività fino alla regolarizzazione, fermo restando il rispetto del termine termine di cui al comma 2, prorogabile a dodici mesi nel caso si tratti di settore alimentare per permettere all'operatore di acquisire il requisito di cui all'articolo 5, comma 5, lettera a) del d.lgs. 114/1998. [2]

2-ter. Il mancato rispetto dei tempi e delle modalità di comunicazione del subentro sono sanzionati ai sensi dell'articolo 22, comma 3, del d.lgs. 114/1998. [2]

(1) Comma sostituito dall'art. 9, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma aggiunto dall'art. 9, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 15 - (Orari di vendita) [1]**

1. I Comuni regolamentano le deroghe alla chiusura domenicale e festiva in attuazione dell'articolo 11, comma 5, del d.lgs. 114/1998 e in relazione ai periodi di massimo afflusso turistico secondo quanto previsto dall'articolo 29 della l.r. 17 maggio 1999, n. 10. Tali deroghe non possono superare il numero massimo di ventiquattro giornate annue, fermo restando l'obbligo di chiusura nei giorni di Capodanno, Pasqua, 25 Aprile, 1° Maggio e Natale.

2. I Comuni individuano altresì i giorni o i periodi in cui gli esercenti possono superare il limite delle tredici ore di apertura giornaliera previsto dall'articolo 11, comma 2, del d.lgs. 114/1998.

3. I Comuni possono superare il limite di cui al comma 1, per un massimo di ulteriori otto giornate, relativamente alle attività commerciali operanti all'interno di:

- a) centri storici, come delimitati dal PRG comunale;
- b) zone del lungomare, che il Comune individua nell'area compresa tra il mare e la linea ferroviaria e comunque con un limite massimo di metri 300 dalla battigia;
- c) comuni montani sotto i 1.000 abitanti;
- d) centri e nuclei abitati inferiori a 500 abitanti degli altri comuni montani;
- e) comuni inseriti nei parchi e nelle aree protette.

4. I Comuni individuano le deroghe domenicali e festive di concerto con gli altri Comuni limitrofi o dello stesso bacino commerciale.

5. I Comuni, previo parere delle organizzazioni delle imprese del commercio, dei lavoratori dipendenti e dei consumatori maggiormente rappresentative a livello provinciale, regolamentano gli orari e le deroghe in attuazione di quanto previsto dal presente articolo entro il mese di novembre di ogni anno e inviano copia del regolamento alla Giunta regionale entro il 15 dicembre successivo.

6. Alla violazione delle norme del regolamento comunale di cui al comma 5, si applicano le sanzioni previste dall'articolo 22, comma 3, del d.lgs. 114/1998. In caso la medesima violazione sia commessa due volte nel corso di tre anni

solari, il Comune sospende l'attività di vendita per un periodo da cinque a venti giorni.

(1) Articolo sostituito dall'art. 10, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 16 - (Vendite di liquidazione e vendite di fine stagione) [1]**

1. Le vendite di liquidazione sono quelle effettuate dall'esercente al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo, per un periodo non eccedente le quattro settimane, elevato a tredici settimane nei casi di cessione, trasferimento, cessazione o chiusura dell'azienda.

2. L'interessato dà comunicazione al Comune dell'inizio della vendita di liquidazione almeno quindici giorni primadell'inizio, specificando i motivi, la data di inizio, la durata e l'inventario delle merci poste in liquidazione.

3. Dopo la conclusione delle vendite il Comune verifica la realizzazione di quanto dichiarato dall'interessato e in caso di cessazione di attività, se trattasi di esercizio soggetto ad autorizzazione, provvede d'ufficio alla revoca dell'autorizzazione amministrativa.

4. Nei casi di trasformazione o rinnovo dei locali, al termine del periodo di vendita di liquidazione, è obbligatoria la chiusura dell'esercizio per un periodo di dieci giorni.

5. È vietato effettuare vendite di liquidazione nel mese di dicembre o nei trenta giorni antecedenti il periodo di vendite di fine stagione, fatto salvo il caso di cessione o cessazione dell'attività commerciale e trasferimento di sede.

6. Per vendite di fine stagione si intendono forme di vendita che riguardano i prodotti di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo. Esse possono essere effettuate solo in due periodi dell'anno, dal 10 gennaio al 1° marzo e dal 10 luglio al 1° settembre e deve esserne data comunicazione al Comune almeno cinque giorni prima, specificando la data di inizio e la durata.

7. Le vendite di liquidazione e le vendite di fine stagione debbono essere presentate al pubblico con adeguati cartelli che ne indicano l'esatta dicitura ed il periodo di svolgimento.

8. Le merci in vendita debbono essere esposte con l'indicazione del prezzo praticato prima della vendita di liquidazione o di fine stagione e del nuovo prezzo con relativo sconto o ribasso effettuato espresso in percentuale.

9. Durante il periodo delle vendite di liquidazione è possibile mettere in vendita solo le merci già presenti nei locali di pertinenza del punto vendita ed indicate nell'inventario presentato al Comune.

10. Durante la vendita di fine stagione è fatto divieto di rifornimento di ulteriori merci sia acquistate che in conto deposito destinate a tale vendita straordinaria.

(1) Articolo sostituito dall'art. 11, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 16-bis. - (Vendite promozionali) [1]**

1. Le vendite promozionali sono quelle effettuate dall'esercente dettagliante applicando sconti, reali ed effettivi, sui normali prezzi praticati, dandone informazione al consumatore tramite l'utilizzo di qualsiasi mezzo pubblicitario, ivi compresa la cartellonistica apposta in vetrina.
2. Le vendite promozionali hanno una durata massima di trenta giorni e sono limitate al 30 per cento dei prodotti posti in vendita.
3. L'interessato dà comunicazione al Comune della vendita promozionale almeno cinque giorni prima dell'inizio, specificando i prodotti oggetto della vendita, la data di inizio e la durata, e la percentuale di sconto praticata.
4. Durante le vendite promozionali i prodotti a prezzo scontato devono essere tenuti separati da quelli posti in vendita a prezzo normale.
5. La pubblicità relativa alle vendite promozionali deve essere presentata in modo non ingannevole per il consumatore e deve contenere la data di comunicazione al Comune e la durata della vendita.
6. È vietato effettuare le vendite promozionali nel mese di dicembre e nei trenta giorni antecedenti alle vendite di liquidazione e di fine stagione, limitatamente agli articoli di vestiario confezionati, compresi quelli di maglieria esterna, canniceria, accessori di abbigliamento, biancheria intima, nonché abbigliamento ed articoli sportivi, calzature ed articoli in pelle e cuoio, borsetteria, valigeria ed accessori, articoli tessili, mobili ed articoli per l'arredamento.
7. Non rientra nelle vendite promozionali la vendita di prodotti a prezzi scontati effettuata all'interno dell'esercizio commerciale senza alcuna forma pubblicitaria esterna. Si intende per pubblicità esterna anche quella effettuata in vetrina in qualsiasi forma, ivi compresi i cartellini con l'indicazione del doppio prezzo apposti sulla singola merce esposta.
8. Nel caso di violazione delle norme di cui all'articolo 16 e al presente articolo si applicano le disposizioni di cui all'articolo 22, comma 3, del d.lgs. 114/1998 e del d.p.r. 6 aprile 2001, n. 218.
9. I commi 3 e 4 non si applicano al settore alimentare.

(1) Articolo aggiunto dall'art. 11, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 17 - (Deroghe al divieto di esercizio congiunto di vendita all'ingrosso e al dettaglio)**

1. Il divieto di esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio, ai sensi del comma 2 dell'articolo 26 del d.lgs. 114/1998, non si applica per la vendita dei seguenti prodotti:
  - a) macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio e l'artigianato;
  - b) materiale elettrico;
  - c) colori e vernici, carte da parati;
  - d) ferramenta e utensileria;
  - e) articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici;
  - f) articoli per riscaldamento;
  - g) strumenti scientifici e di misura;

- h) macchine per ufficio;
- i) auto-moto-cicli e relativi accessori e parti di ricambio;
- l) combustibili;
- m) materiale per edilizia;
- n) legnami.

1-bis. L'attività di vendita al dettaglio congiunta con l'attività all'ingrosso dei prodotti di cui al comma 1 è soggetta alle norme della presente legge e del d.lgs. 114/1998. [1]

(1) Comma aggiunto dall'art. 12, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 18 - (Norma transitoria)**

1. Ferme restando le prescrizioni urbanistiche di cui alla presente legge, le domande per l'apertura di nuovi esercizi ai sensi dell'articolo 25, comma 3, del d.lgs. 114/1998, nonché le comunicazioni di ampliamento della superficie di vendita ai sensi dell'articolo 2, comma 90, della legge 662/1996, presentate prima del 24 aprile 1999, sono definite sulla base della normativa vigente al momento della presentazione.

## **CAPO II**

### **Esercizio del commercio su aree pubbliche**

### **Art. 19 - (Indirizzi regionali in materia di programmazione)**

1. In materia di programmazione del commercio su aree pubbliche i comuni devono attenersi ai seguenti criteri, previa consultazione delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio maggiormente rappresentative:

- a) valutazione delle condizioni di ubicazione e d'assetto dei propri mercati con l'obbligo di dotare le aree mercatali di servizi igienici e di impianti adeguati per l'allacciamento alla rete elettrica, idrica e fognaria in conformità alle norme vigenti che tutelano le esigenze igienico-sanitarie;
- b) riqualificazione della situazione esistente;
- c) localizzazione in aree che consentano un facile accesso ai consumatori e sufficienti spazi per parcheggio dei mezzi degli operatori;
- d) individuazione delle aree da destinare al commercio su aree pubbliche considerando la realtà commerciale dell'intero territorio comunale;
- e) creazione di nuovi spazi occupazionali per gli operatori che intendono svolgere l'esercizio del commercio su aree pubbliche, tenendo conto di un adeguato equilibrio tra le installazioni commerciali a posto fisso e le altre forme di distribuzione in atto nel territorio comunale;
- f) destinazione di aree per l'esercizio del commercio su aree pubbliche favorendo le zone in via di espansione e le zone cittadine a vocazione turistica, in relazione all'andamento turistico stagionale;
- g) localizzazione dei nuovi mercati in aree circoscritte, attrezzate e con servizi, al fine di riequilibrare i flussi di domanda attualmente diretti verso i centri storici o quelle aree afflitte da congestionamento di traffico;



h) individuazione di aree pubbliche o private, coperte o scoperte, al fine dell'eliminazione dei mercati posti sulla strada che congestionano il traffico e non favoriscono la viabilità cittadina;

i) ammodernamento delle strutture esistenti per assicurare un migliore servizio agli operatori per l'esercizio della propria attività con moderni mezzi di vendita;

j) individuazione, per i mercati giornalieri a prevalenza alimentare, di aree al servizio dei quartieri al fine di ridurre la mobilità dei residenti e creare una rete di mercati regionali giornalieri.

2. L'istituzione di nuovi mercati è vincolata ad una verifica della potenzialità dei mercati su aree pubbliche esistenti e dell'eventuale carenza del commercio in sede fissa, per far fronte alle esigenze della popolazione residente e non residente.

3. Nell'individuazione delle aree di cui al comma 2, il Comune deve rispettare:

a) le previsioni dei vigenti strumenti urbanistici comunali;

b) i vincoli per determinate zone od aree urbane, previsti dal Ministro dei beni culturali ed ambientali, a tutela dei valori storici, artistici ed ambientali;

c) le limitazioni e i vincoli imposti per motivi di polizia stradale, igienico-sanitari o di pubblico interesse in genere;

d) le limitazioni o i divieti previsti nei regolamenti comunali di polizia urbana;

e) le caratteristiche socio-economiche del territorio;

f) la densità della rete distributiva in atto e della presumibile capacità di domanda della popolazione residente e non residente.

4. L'istituzione, la soppressione e lo spostamento dei mercati e delle fiere, nonché le loro modalità di funzionamento sono deliberati dal Comune, sentite le organizzazioni delle imprese del commercio e dei consumatori. [1]

5. Nella determinazione delle aree relative ai mercati ed alle fiere sono stabiliti: [2]

a) l'ampiezza complessiva;

b) la periodicità;

c) la localizzazione;

d) il numero complessivo dei posteggi con relativa identificazione e superficie e le modalità di assegnazione in osservanza a quanto disposto nella presente legge;

e) i posteggi riservati ai produttori agricoli ed i relativi criteri di assegnazione.

6. Le aree possono consistere in un insieme di posteggi contigui fra loro o in un insieme di posteggi situati in zone diverse del territorio comunale.

7. I Comuni possono determinare le tipologie dei posteggi, dislocando gli stessi secondo criteri di ordine merceologico in relazione alle esigenze di allacciamento alla rete idrica e fognaria e di osservanza delle condizioni igienico-sanitarie prescritte o sulla base della diversa superficie dei posteggi medesimi.

7-bis. Nella deliberazione di cui all'articolo 21, i Comuni possono individuare posteggi isolati nell'ambito del proprio territorio. [3]

(1) Comma modificato dall'art. 13, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Alinea modificato dall'art. 13, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Comma aggiunto dall'art. 13, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 20 - (Mercato e fiera)**

1. Ai sensi dell'articolo 27 del d.lgs. 114/1998 per mercato s'intende l'area pubblica o privata della quale il Comune abbia la disponibilità, composta da più posteggi, attrezzata o meno e destinata all'esercizio dell'attività per uno o più o tutti i giorni della settimana o del mese per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la somministrazione di alimenti e bevande, l'erogazione di pubblici servizi.

2. Il mercato può essere:

a) ordinario, quando non vi è alcuna limitazione merceologica se non in relazione ai settori merceologici alimentari e non alimentari;

b) specializzato, quando per il 90 per cento dei posteggi, le merceologie offerte sono del medesimo genere o affini e per il 10 per cento sono merceologie di servizio al mercato stesso;

c) stagionale, quando la durata dello stesso non sia inferiore a un mese e non superiore a sei mesi;

d) straordinario, quando lo stesso si svolge in un periodo di tempo non superiore a trenta giorni, nel periodo natalizio, pasquale ed estivo, o collegato ad altri eventi particolari.

3. Per fiera s'intende la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti sulle aree pubbliche o private delle quali il Comune abbia la disponibilità, di operatori autorizzati ad esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività.

4. Per fiera specializzata s'intende la manifestazione dove per il 90 per cento dei posteggi, le merceologie offerte sono del medesimo genere o affini e per il 10 per cento sono merceologie di servizio alla fiera stessa.

4-bis. Per presenze effettive in un mercato o in una fiera si intende il numero di volte che l'operatore ha effettivamente esercitato l'attività. [1]

4-ter. Per presenze di spunta in un mercato o in una fiera si intende il numero di volte che l'operatore si è presentato senza aver avuto la possibilità di svolgere l'attività. [1]

(1) Comma aggiunto dall'art. 14, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 21 - (Disciplina dei mercati e delle fiere)**

1. Il Comune, sentite le organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio, adotta con apposita deliberazione la disciplina dei mercati e delle fiere entro novanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge.

2. La deliberazione dispone, in via generale, in ordine a:

a) la tipologia del mercato o della fiera, specificando il numero dei posteggi; [1]

b) i giorni di svolgimento;

c) la localizzazione e l'articolazione del mercato, compresa l'eventuale sua suddivisione in zone distinte riservate al commercio di generi alimentari;

- d) le modalità di accesso degli operatori e la sistemazione delle attrezzature di vendita;
- e) la regolazione della circolazione pedonale e veicolare;
- f) le modalità di assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati;
- g) le modalità di registrazione delle presenze e delle assenze degli operatori, nel rispetto di quanto previsto nella presente legge;
- h) le modalità di assegnazione dei posteggi a seguito di ristrutturazione o spostamento del mercato;
- i) le modalità e i divieti da osservarsi nell'esercizio dell'attività di vendita;
- j) le ipotesi di decadenza e di revoca delle concessioni di posteggio;
- k) le norme igienico-sanitarie da osservarsi per la vendita dei prodotti alimentari, nel rispetto delle disposizioni impartite dal Ministero della sanità;
- l) le sanzioni da applicarsi nell'ipotesi di violazione dei regolamenti comunali e quelle di cui al d.lgs. 114/1998;
- m) le modalità di esercizio della vigilanza;
- n) i posteggi riservati ai produttori agricoli, agli artigiani, ai mestieranti ed alle associazioni senza scopo di lucro; [2]
- o) le modalità di svolgimento delle fiere e del mercato in caso di coincidenza delle due manifestazioni.

3. Nella deliberazione di cui al comma 1 i Comuni individuano i mercati e le fiere in occasione dei quali i commercianti in sede fissa possono tenere aperti gli esercizi anche per tutta la durata della manifestazione in deroga al rispetto degli orari e all'obbligo di chiusura festiva, nonché le relative aree interessate. [3]

3-bis I Comuni possono aggiungere posteggi riservati ai soggetti svantaggiati in percentuale non superiore al 10 per cento del numero complessivo. [4]

(1) Lettera sostituita dall'art. 15, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Lettera sostituita dall'art. 15, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Comma sostituito dall'art. 15, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(4) Comma aggiunto dall'art. 15, comma 4, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

## **Art. 22 - (Soppressione e trasferimento)**

1. La soppressione del mercato o della fiera, la modifica della dislocazione dei posteggi, la diminuzione o l'aumento del numero dei posteggi e lo spostamento della data di svolgimento del mercato o della fiera sono disposti con atto del Comune, sentite le organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio maggiormente rappresentative a livello provinciale.

2. La soppressione di mercati o fiere, anche temporaneamente, può essere disposta dal Comune in presenza delle seguenti condizioni:

- a) caduta sistematica della domanda;
- b) numero esiguo di operatori;
- c) motivi di pubblico interesse o cause di forza maggiore.

3. Il trasferimento del mercato o della fiera di cui all'articolo 27, comma 3, temporaneamente o definitivamente, in altra sede o altro giorno lavorativo può essere disposta dal Comune per: [1]

- a) motivi di pubblico interesse;
- b) cause di forza maggiore;
- c) limitazioni e vincoli imposti da motivi di viabilità, traffico o igienico-sanitari.

4. Qualora si proceda al trasferimento dell'intero mercato o della fiera di cui all'articolo 27, comma 3, in altra sede, la riassegnazione dei posteggi agli operatori già titolari di concessioni avviene tenendo conto dei seguenti dati:

- a) anzianità di presenza su base annua. Nel caso di subentro, si considera l'anzianità maturata dal cedente;
- b) anzianità di inizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, attestata dal registro delle imprese;
- c) dimensioni e caratteristiche dei posteggi disponibili, in relazione alle merceologie, alimentari o non alimentari, o al tipo di attrezzatura di vendita.

[2]

5. Nel caso di trasferimento parziale del mercato e fino ad un massimo del 40 per cento dei posteggi, il Comune individua le ulteriori aree da destinare ai soggetti che operano nella zona oggetto di trasferimento e la riassegnazione dei posteggi è effettuata con le modalità previste dalla deliberazione di cui all'articolo 21 secondo i seguenti criteri:

- a) anzianità di presenza. Nel caso di subentro, si considera l'anzianità maturata dal cedente; [3]
- b) anzianità di inizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, attestata dal registro delle imprese; [3]
- c) dimensioni e caratteristiche dei posteggi disponibili, in relazione alle merceologie, alimentari o non alimentari, o al tipo di attrezzatura di vendita.

(1) Alinea modificato dall'art. 16, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma sostituito dall'art. 16, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Lettera sostituita dall'art. 16, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 23 - (Orari e ulteriori disposizioni)**

1. Il Comune, in materia di commercio su aree pubbliche, si attiene ai seguenti indirizzi:

- a) i giorni e gli orari di attività dei commercianti su aree pubbliche possono essere diversi da quelli previsti per gli altri operatori al dettaglio;
- b) possono essere stabilite limitazioni nei casi e per periodi in cui l'area non sia disponibile per l'uso commerciale per motivi di polizia stradale, igienico-sanitario e di pubblico interesse;

c) [1]

d) sono vietati i mercati domenicali di nuova istituzione di qualsiasi genere;

e) il divieto di cui alla lettera d) non si applica all'istituzione di nuovi mercati nei periodi di deroga all'obbligo di chiusura domenicale; [2]

f) sono fatti salvi i mercati che all'entrata in vigore della presente legge si effettuano nel giorno di domenica o festivo; [3]

g) [1]

h) si applicano in quanto compatibili le disposizioni in materia di orari di cui al titolo IV del d.lgs. 114/1998 e degli indirizzi regionali.

(1) Lettera abrogata dall'art. 17, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Lettera sostituita dall'art. 17, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Lettera modificata dall'art. 17, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 24 - (Calendario regionale delle manifestazioni su aree pubbliche)**

1. La Regione istituisce il calendario regionale ufficiale dei mercati e delle fiere su aree pubbliche. Il calendario, pubblicato nel B.U.R. della Regione entro il 30 dicembre, elenca, in ordine cronologico per comune, i mercati e le fiere con le seguenti indicazioni:

- a) luogo in cui si svolge la manifestazione;
- b) denominazione;
- c) data di svolgimento;
- d) settori merceologici;
- e) orario di apertura;
- f) numero complessivo di posteggi.

2. Entro il 30 giugno di ogni anno i Comuni inviano al servizio competente della Regione la situazione relativa ai loro mercati e fiere con l'indicazione della denominazione, della localizzazione, dell'ampiezza delle aree, del numero dei posteggi, della durata di svolgimento, dell'orario di apertura e chiusura e, nell'ipotesi di mercati, anche dell'assegnatario del posteggio.

3. Al fine dell'aggiornamento dei dati, i Comuni inviano al servizio competente della Regione, entro trenta giorni, copia degli atti relativi al rilascio di nuove autorizzazioni, subingressi, cessazioni e decadenze.

#### **Art. 25 - (Requisiti per l'esercizio dell'attività)**

1. L'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche è subordinato al possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998 ed al rilascio dell'autorizzazione amministrativa e può essere svolto:

- a) su posteggi dati in concessione per dieci anni;
- b) su qualsiasi area, purché in forma itinerante.

2. L'autorizzazione rilasciata abilita sia alla vendita sia alla somministrazione di prodotti alimentari sempre che il titolare sia in possesso dei requisiti richiesti. L'abilitazione alla somministrazione deve risultare dal titolo autorizzatorio.

3. L'esercizio del commercio sulle aree pubbliche dei prodotti alimentari è soggetto alle norme comunitarie e nazionali che tutelano le esigenze igienico-sanitarie. Le modalità di vendita e i requisiti delle attrezzature sono stabiliti dal Ministero della salute. [1]

(1) Comma modificato dall'art. 18, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

## **Art. 26 - (Autorizzazione all'esercizio del commercio su aree pubbliche su posteggio)**

1. L'autorizzazione per l'esercizio del commercio su aree pubbliche mediante l'utilizzo di un posteggio (Tipo A) è rilasciata dal Comune sede di posteggio e abilita anche all'esercizio dell'attività in forma itinerante nell'ambito del territorio regionale, nelle aree dove tale tipologia di vendita non è espressamente vietata.
2. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato alla disponibilità del posteggio richiesto o di altro posteggio adeguato alle attrezzature dell'operatore.
3. Un operatore commerciale può richiedere più autorizzazioni in mercati diversi anche negli stessi giorni.
4. In occasione di particolari eventi o riunioni di persone, il Comune può rilasciare anche a coloro che non siano già titolari di autorizzazione all'esercizio del commercio su aree pubbliche, nei limiti dei posteggi appositamente previsti, concessioni od autorizzazioni temporanee valide per i giorni di svolgimento dei predetti eventi e riunioni. [1]

(1) Comma sostituito dall'art. 19, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

## **Art. 27 - (Disposizioni per i posteggi nelle fiere)**

1. Le aree destinate alle fiere sono determinate dal Comune, sentite le organizzazioni delle imprese del commercio e dei consumatori maggiormente rappresentative a livello provinciale, e sono riservate ai titolari delle autorizzazioni previste dalla vigente normativa. [1]
2. Le disposizioni previste per i posteggi nei mercati si applicano, per quanto compatibili, anche alle aree oggetto del presente articolo.
3. L'80 per cento dei posteggi nelle fiere che si svolgono almeno una volta l'anno può essere assegnato, mediante autorizzazione rilasciata sulla base di apposita modulistica regionale per un periodo di dieci anni rinnovabile, agli operatori che vi hanno operato almeno tre anni nell'ultimo quinquennio e che ne fanno richiesta nei modi e nei tempi previsti da apposito bando comunale. [2]
4. Nell'assegnazione dei posteggi nelle aree di cui al comma 3 sono osservati, nell'ordine, i seguenti criteri di priorità:
  - a) maggior numero di presenze effettive nella fiera riferita ad una specifica autorizzazione amministrativa; [3]
  - b) anzianità di inizio dell'attività di commercio su aree pubbliche attestata dal registro delle imprese; [3]
  - c) certificazione di invalidità per l'accesso al lavoro secondo quanto previsto dalla normativa vigente;
  - d) istanza presentata da imprenditrici donne;
  - e) ulteriori criteri previsti dal Comune, fermo restando che sono inammissibili priorità basate sulla cittadinanza, residenza e sede legale dell'operatore.
5. La concessione decennale del posteggio nelle aree di cui al comma 3 è limitata ai giorni della fiera e decade, con la relativa autorizzazione, quando



l'operatore non partecipa alla fiera per tre anni, salvi i casi di malattia, gravidanza e servizio militare, previa comunicazione.

6. Nell'assegnazione dei posteggi liberi nelle fiere sono osservati i criteri di cui al comma 4.

7. Le domande di concessione dei posteggi liberi debbono essere inviate a mezzo di lettera raccomandata o presentate al Comune sede della fiera almeno sessanta giorni prima dello svolgimento della fiera o entro il termine inferiore previsto dalla deliberazione comunale di cui all'articolo 21.

8. La graduatoria per l'assegnazione dei posteggi è affissa all'albo comunale almeno venti giorni prima dello svolgimento della fiera. Dopo la formulazione della graduatoria non sono accoglibili modifiche relative a subentro o affitto di azienda. [4]

9. La registrazione delle presenze effettive in una fiera viene effettuata entro l'orario stabilito dalla deliberazione comunale di cui all'articolo 21, annotando nome e cognome dell'operatore, tipo e numero di autorizzazione amministrativa.

10. L'operatore commerciale, qualora sia titolare di più autorizzazioni, presenta ai fini della registrazione della presenza una sola autorizzazione. [5]

11. Il possesso del titolo di priorità relativo al maggior numero di presenze è attestato dall'organo comunale competente sulla base di documenti probanti l'effettiva partecipazione alla manifestazione.

12. Dalla data di entrata in vigore della presente legge, i Comuni istituiscono il registro delle presenze effettive nella fiera ed il registro delle presenze di spunta, secondo gli indirizzi e la modulistica regionale.

13. L'assegnazione dei posteggi non occupati all'apertura della fiera è effettuata, durante l'orario previsto dalla deliberazione comunale di cui all'articolo 21, procedendo in primo luogo ad esaurire la graduatoria tra gli operatori presenti. Ultimata la graduatoria si procederà all'assegnazione dei posteggi eventualmente liberi agli operatori che non hanno inoltrato la domanda, ma presenti nella giornata della fiera, secondo i seguenti criteri:

- a) maggior numero di presenze effettive nella fiera;
- b) maggior numero di presenze per spunta di cui all'apposito registro comunale;
- c) anzianità di inizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, attestata dal registro delle imprese. [6]

14. Al fine di favorire l'integrazione e lo scambio di operatori tra i diversi paesi dell'Unione Europea, il Comune può autorizzare posteggi aggiuntivi riservati ad operatori comunitari.

15. Il Comune può destinare posteggi riservati a merceologie mancanti o carenti nella fiera nel limite massimo del 5 per cento del totale.

15-bis. In caso di fiere o mercati concomitanti, l'operatore commerciale può operare anche con la copia autenticata dell'autorizzazione e idonea certificazione comunale dove risulti l'assegnazione del posteggio nella fiera o nel mercato concomitante. [7]

15-ter. Lo scambio consensuale di posteggio all'interno della stessa fiera di cui all'articolo 27, comma 3, è accoglibile ove non contrasti con la normativa in vigore. La domanda di scambio, con allegata scrittura privata registrata, è presentata al Comune che provvede ad annotare nelle autorizzazioni la nuova numerazione. [7]

15-quater. Nessun operatore può esercitare in più di un posteggio contemporaneamente nella stessa fiera, ad esclusione di chi subentra nell'attività di altre aziende già operanti nella stessa fiera con l'autorizzazione di cui al comma 3. [7]

(1) Comma modificato dall'art. 20, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma sostituito dall'art. 20, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Lettera sostituita dall'art. 20, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(4) Comma modificato dall'art. 20, comma 4, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(5) Comma modificato dall'art. 20, comma 5, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(6) Lettera sostituita dall'art. 20, comma 6, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(7) Comma aggiunto dall'art. 20, comma 7, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 28 - (Disposizioni per i posteggi nei mercati)**

1. La concessione del posteggio nei mercati ha una durata di dieci anni e può essere rinnovata su semplice comunicazione dell'interessato. La concessione del posteggio non può essere ceduta se non con l'azienda commerciale o un ramo d'azienda.

2. L'operatore ha diritto ad utilizzare il posteggio per tutti i prodotti oggetto della sua attività, fatto salvo il rispetto delle esigenze igienico-sanitarie, nonché delle prescrizioni e limitazioni di cui alla legislazione vigente.

3. Nessun operatore può utilizzare più di un posteggio contemporaneamente nello stesso mercato o fiera. Tale divieto non si applica a chi, al momento dell'entrata in vigore della presente legge, sia titolare di più posteggi nello stesso mercato e a chi subentri nell'attività di altre aziende già operanti nello stesso mercato. [1]

4. I posteggi debbono avere una superficie tale da poter essere utilizzati anche dagli autoveicoli attrezzati come banchi di vendita. Qualora il titolare del posteggio abbia uno di tali autoveicoli e la superficie dell'area concessa sia insufficiente, ha diritto a che venga ampliata o, se impossibile, che gli venga concesso un altro posteggio, fermo restando il rispetto delle prescrizioni urbanistiche, nonché delle limitazioni e dei divieti posti nelle zone aventi valore archeologico, storico, artistico e ambientale. [2]

5. Presso ogni Comune deve essere disponibile una planimetria continuamente aggiornata dei posteggi esistenti nel territorio del comune, contenente il numero, la superficie e la localizzazione dei posteggi medesimi. [3]

6. I posteggi non assegnati o temporaneamente non occupati dai titolari delle relative concessioni sono assegnati giornalmente durante il periodo di non utilizzazione da parte del titolare, entro l'orario stabilito dalla deliberazione comunale di cui all'articolo 21, ai soggetti legittimati ad esercitare il commercio su aree pubbliche sulla base delle seguenti priorità:

- a) maggior numero di presenze effettive maturate nel mercato;
- b) maggior numero di presenze di spunta maturate nel mercato;
- c) anzianità di inizio attività di commercio su aree pubbliche attestata dal registro delle imprese;
- d) ulteriori criteri previsti dal Comune. [3]

6-bis. L'area in concessione di cui al comma 6 non può essere assegnata qualora si tratti di un box o chiosco o locale o in essa si trovino strutture o attrezzature fissate stabilmente al suolo. [4]

6-ter. Non è ammesso a partecipare alla spunta l'operatore già titolare di un posteggio nel mercato o nella fiera. [4]

7. L'operatore decade dalla concessione del posteggio per il mancato rispetto delle norme sull'esercizio dell'attività disciplinata dal presente capo.

8. La concessione del posteggio può essere revocata per motivi di pubblico interesse, senza oneri per il Comune. In tal caso l'interessato ha diritto ad ottenere un altro posteggio nel territorio comunale. Il posteggio concesso in sostituzione di quello revocato non può avere una superficie inferiore, salvo diversa indicazione da parte dell'operatore, e deve essere localizzato, possibilmente, in conformità con le scelte dell'operatore stesso. Questi, in attesa dell'assegnazione del nuovo posteggio, ha facoltà di esercitare l'attività nell'area libera del mercato di appartenenza, che ritiene più adatta, della medesima superficie del posteggio revocato, nel rispetto delle prescrizioni degli strumenti urbanistici e delle zone aventi valore archeologico, storico, artistico e ambientale nelle quali l'esercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari.

9. L'assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati è effettuata giornalmente entro l'orario stabilito dalla deliberazione comunale di cui all'articolo 21, sulla base dei criteri previsti dalla normativa vigente.

10. La registrazione delle presenze nel mercato viene effettuata entro l'orario stabilito dalla deliberazione comunale di cui all'articolo 21, annotando cognome e nome dell'operatore, tipo e numero di autorizzazione amministrativa nell'apposita modulistica regionale. [5]

11. L'operatore commerciale, qualora sia titolare di più autorizzazioni, deve presentare ai fini della registrazione della presenza una sola autorizzazione. [6]

12. Lo scambio consensuale di posteggio all'interno di uno stesso mercato è accoglibile purché non contrasti con la normativa in vigore. La domanda di scambio, con allegata scrittura privata registrata, è presentata al Comune che provvede ad annotare nelle autorizzazioni la nuova numerazione. [7]

13. L'operatore che effettua l'operazione di spunta ed avendo possibilità di svolgere l'attività di vendita non occupi o lasci il posteggio assegnato perde il diritto alla presenza, fatti salvi i casi di forza maggiore.

(1) Comma modificato dall'art. 21, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma modificato dall'art. 21, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Comma sostituito dall'art. 21, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(4) Comma inserito dall'art. 21, comma 4, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(5) Comma modificato dall'art. 21, comma 5, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(6) Comma modificato dall'art. 21, comma 6, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(7) Comma sostituito dall'art. 21, comma 7, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 29 - (Procedimento per il rilascio dell'autorizzazione di posteggio) [1]**

1. Al fine del rilascio dell'autorizzazione di cui all'articolo 26, i Comuni fanno pervenire al servizio regionale competente l'elenco dei posteggi liberi da assegnare nei mercati con l'indicazione del numero identificativo e delle caratteristiche delle aree entro sessanta giorni dalla disponibilità del posteggio.

2. La Regione, sulla base dei dati ricevuti dai Comuni, pubblica nel proprio bollettino ufficiale apposito bando contenente:

- a) l'elenco, ripartito per Comune, dei posteggi da assegnare; [2]
- b) il termine entro il quale gli interessati devono far pervenire al Comune sede del posteggio la domanda corredata della relativa documentazione;
- c) il termine entro il quale il Comune redige la graduatoria, che non può comunque superare i sessanta giorni dalla scadenza del termine di cui alla lettera b);
- d) il modello fac-simile della domanda, nonché le ulteriori modalità di presentazione delle stesse;
- e) il nominativo del funzionario responsabile del procedimento amministrativo.

3. Per la formazione della graduatoria dei posteggi in caso di mercati già esistenti, il Comune tiene conto delle seguenti priorità:

a) assegnazione per miglioramento ai titolari dell'attività già presenti sul mercato sulla base di:

- 1) maggior numero di presenze effettive maturate nell'ambito del mercato;
- 2) anzianità di inizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, attestata dal registro delle imprese; [3]
- 3) certificazione di invalidità per l'accesso al lavoro secondo quanto previsto dalla normativa vigente;
- 4) istanza presentata da imprenditrici donne;

b) assegnazione ai titolari di attività che hanno rinunciato al posteggio nel mercato ai sensi del d.m. 4 giugno 1993, n. 248, articolo 19, punto 4 sulla base di:

- 1) maggior numero di presenze effettive maturate nell'ambito del mercato;
- 2) anzianità dell'attività di commercio su aree pubbliche attestata dal registro delle imprese;
- 3) certificazione di invalidità per l'accesso al lavoro secondo quanto previsto dalla normativa vigente;
- 4) istanza presentata da imprenditrici donne;

c) assegnazione ai nuovi richiedenti di posteggio sulla base di:

- 1) maggior numero di presenze effettive nell'ambito del mercato;
- 2) maggior numero di presenze di spunta maturate nell'ambito del mercato;

3) richiesta di posteggio da parte di soggetti già titolari di autorizzazione all'esercizio del commercio su aree pubbliche, con priorità all'operatore con minor numero di posteggi nell'ambito del territorio nazionale; [4]

4) anzianità dell'attività di commercio su aree pubbliche, attestata dal registro delle imprese;

5) certificazione di invalidità per l'accesso al lavoro, secondo quanto previsto dalla normativa vigente;

6) istanza presentata da imprenditrici donne.

4. Per la formazione della graduatoria dei posteggi in caso di nuovi mercati, il Comune tiene conto delle seguenti priorità:

a) richiesta di posteggio da parte di soggetti già titolari di autorizzazione all'esercizio del commercio su aree pubbliche, con priorità all'operatore con minor numero di posteggi nell'ambito del territorio nazionale; [5]

b) anzianità di inizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, attestata dal registro delle imprese; [5]

c) certificazione di invalidità per l'accesso al lavoro, secondo quanto previsto dalla normativa vigente;

d) istanza presentata da imprenditrici donne.

5. Ulteriori criteri possono essere fissati dal Comune nella deliberazione di cui all'articolo 21.

6. La domanda per il rilascio dell'autorizzazione al posteggio, redatta in conformità alla modulistica regionale, è inviata a mezzo raccomandata o presentata a mano al Comune sede del mercato entro il termine fissato dal bando regionale. [6]

7. Nella domanda l'interessato dichiara, pena l'esclusione:

a) i dati anagrafici e il codice fiscale e, nel caso di società di persone, la ragione sociale;

b) il possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998;

c) la denominazione del mercato e il giorno di svolgimento;

d) il settore o i settori merceologici;

e) di non possedere alcuna connessione di posteggi nello stesso mercato.

(1) Rubrica modificata dall'art. 22, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Lettera sostituita dall'art. 22, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Numero sostituito dall'art. 22, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(4) Numero sostituito dall'art. 22, comma 4, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(5) Lettera sostituita dall'art. 22, comma 5, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(6) Lettera sostituita dall'art. 22, comma 6, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 30 - (Canoni)**

1. I Comuni, sentite le organizzazioni dei commercianti maggiormente rappresentative a livello provinciale, hanno la facoltà di fissare un canone per la concessione del posteggio. [1]

2. Per canone di concessione dei posteggi s'intende il corrispettivo di tutti i servizi offerti dal Comune per rendere possibile l'utilizzazione del suolo

pubblico ai fini commerciali, con esclusione delle utenze idriche ed elettriche individuali.

3. L'incremento degli oneri relativi al suolo pubblico non può superare, dopo il primo anno di applicazione, l'indice programmato di inflazione.

4. Per le attività svolte su aree svantaggiate i Comuni possono ridurre i canoni come di seguito:

a) zone periferiche: fino al 30 per cento;

b) Comuni o frazioni di Comuni con meno di 3 mila abitanti: fino al 50 per cento;

c) zone montane: fino al 70 per cento;

d) posteggi isolati: fino all'80 per cento.

(1) Comma sostituito dall'art. 23, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 31 - (Autorizzazione all'esercizio dell'attività in forma itinerante)**

1. L'autorizzazione all'esercizio dell'attività di vendita sulle aree pubbliche in forma itinerante (TIPO B) è rilasciata dal Comune di residenza dell'operatore se persona fisica, dal Comune dove ha la sede legale se trattasi di società di persone. [1]

2. L'autorizzazione di cui al comma 1 abilita l'operatore anche:

a) alla vendita al domicilio del consumatore, nonché nei locali ove questi si trova per motivi di lavoro, di studio, di cura, di intrattenimento o svago;

b) all'esercizio dell'attività nelle aree dove la tipologia di vendita non è espressamente vietata;

c) all'esercizio dell'attività nei posteggi che risultino non occupati dai soggetti autorizzati.

3. La domanda di autorizzazione redatta in conformità alla modulistica regionale deve essere presentata al Comune e contenere, pena l'esclusione, le seguenti dichiarazioni dell'interessato: [2]

a) i dati anagrafici e il codice fiscale e, nel caso di società di persone, la ragione sociale;

b) il possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998;

c) il settore o i settori merceologici.

4. Alla domanda è allegata, pena l'esclusione, dichiarazione sostitutiva di non possedere altre autorizzazioni per l'esercizio di attività in forma itinerante rilasciate dalla Regione Marche.

5. Ad un soggetto può non essere rilasciata più di un'autorizzazione. Una società di persone può avere tante autorizzazioni quanti sono i soci, nel rispetto dei requisiti morali e professionali previsti dalla normativa vigente; tali soggetti devono essere nominativamente indicati nelle stesse autorizzazioni. [3]

6. L'attività di vendita itinerante può essere effettuata con mezzi motorizzati o altro, in qualunque area pubblica non espressamente interdetta dal Comune, per il tempo strettamente necessario a servire il consumatore, senza esposizione della merce su banchi fissi.

7. Il Comune, con la deliberazione di cui all'articolo 21, individua le zone interdette al commercio itinerante. È fatto divieto di interdire al commercio



itinerante l'intero territorio comunale. Il commercio itinerante è vietato nell'ambito delle aree adiacenti lo svolgimento del mercato o della fiera, intendendosi come aree adiacenti quelle poste ad una distanza inferiore a km 1 o ad altra distanza eventualmente prevista dal Comune medesimo. [4]

(1) Comma modificato dall'art. 24, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Alinea modificato dall'art. 24, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Comma sostituito dall'art. 24, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(4) Comma sostituito dall'art. 24, comma 4, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 32 - (Subentro e reintestazione dell'autorizzazione)**

1. Il trasferimento in gestione o in proprietà dell'azienda o di un ramo d'azienda per l'esercizio del commercio su aree pubbliche, per atto tra vivi o a causa di morte, comporta il trasferimento dell'autorizzazione amministrativa a chi subentra, purché sia in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998.

2. Nel caso di operatori con concessione di posteggio, la reintestazione è effettuata dal Comune sede di mercato previa comunicazione del reintestataro con indicazione degli estremi dell'atto di cessione e contestuale autocertificazione del possesso dei requisiti previsti per l'esercizio dell'attività commerciale.

3. Nel caso di operatori itineranti l'autorizzazione è reintestata dal Comune di residenza del subentrante o, se trattasi di operatori residenti fuori regione, dal Comune marchigiano che ha rilasciato l'autorizzazione originaria.

4. Il trasferimento in gestione o in proprietà dell'azienda comporta anche il trasferimento dei titoli di priorità nell'assegnazione del posteggio posseduti dal cedente, ad eccezione della data di inizio dell'attività di commercio su aree pubbliche. [1]

5. Il subentrante in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998 deve comunicare l'avvenuto subingresso entro sessanta giorni, salvo proroga di ulteriori trenta giorni in caso di comprovata necessità. Trascorso tale termine, il subentrante decade dal diritto di esercitare l'attività del dante causa. [2]

6. Il subentrante per causa di morte ha comunque la facoltà di continuare provvisoriamente l'attività fino alla regolarizzazione, fermo restando il rispetto dei termini di cui al comma 5, prorogabili a dodici mesi nel caso di settore alimentare per l'acquisizione dei requisiti professionali di cui alla lettera a) del comma 5 dell'articolo 5 del d.lgs. 114/1998.

(1) Comma modificato dall'art. 25, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma modificato dall'art. 25, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 33 - (Revoca e sospensione dell'autorizzazione) [1]**

1. L'autorizzazione è revocata:

a) nel caso in cui il titolare non inizi l'attività entro sei mesi dalla data dell'avvenuto rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità;

b) per mancato utilizzo del posteggio in ciascun anno solare per periodi di tempo complessivamente superiori a quattro mesi, salvo il caso di assenza per malattia, gravidanza o servizio militare. Nel caso di mercato con svolgimento inferiore all'anno, le assenze sono calcolate in proporzione all'effettiva durata. La decadenza dalla concessione del posteggio per la mancata utilizzazione dello stesso, in ciascun anno solare per periodi di tempo complessivamente superiori a quattro mesi, riguarda chi non utilizzi il posteggio per un numero di giorni complessivamente superiore al numero dei giorni di attività possibili secondo il tipo di autorizzazione nel corso di quattro mesi. Qualora il posteggio venga utilizzato per l'esercizio di un'attività stagionale, il numero dei giorni di mancato utilizzo del medesimo oltre il quale si verifica la decadenza dalla concessione è ridotto in proporzione alla durata dell'attività. Accertato il mancato utilizzo del posteggio nei termini suindicati, la decadenza va notificata all'interessato dall'organo comunale competente; [2]

c) nel caso in cui l'operatore sospenda l'attività itinerante per più di un anno, salvo proroga in caso di comprovata necessità non superiore a sei mesi; [3]

d) nel caso in cui il titolare non sia più in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998;

e) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria, avvenuta dopo la sospensione dell'attività;

f) in caso di morte del titolare qualora entro trenta giorni non venga presentata la comunicazione di reintestazione; nei mercati stagionali la comunicazione deve essere presentata trenta giorni prima dell'apertura.

1-bis. L'autorizzazione è sospesa nel caso in cui l'operatore commerciale non provveda al pagamento degli oneri relativi all'occupazione del suolo pubblico fino alla regolarizzazione degli stessi. Le modalità devono essere previste nella deliberazione comunale di cui all'articolo 21. [4]

(1) Rubrica modificata dall'art. 26, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Lettera modificata dall'art. 26, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Lettera modificata dall'art. 26, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(4) Comma aggiunto dall'art. 26, comma 4, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 34 - (Norme particolari sull'esercizio dell'attività)**

1. Il Comune individua le zone aventi valore archeologico, storico, artistico e ambientale nelle quali l'esercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari ai fini della salvaguardia delle zone predette. Possono essere stabiliti divieti e limitazioni all'esercizio anche per motivi di viabilità, di carattere igienico-sanitario o per altri motivi di pubblico interesse.

2. E' vietato porre limitazioni e divieti per l'esercizio dell'attività disciplinata dalla presente legge al fine di creare zone di rispetto a tutela della posizione di operatori in sede fissa.

3. L'operatore commerciale su aree pubbliche che eserciti l'attività in forma itinerante, nonché il produttore agricolo che eserciti la vendita dei propri prodotti in forma itinerante possono sostare nello stesso punto per non più di un'ora, oltre la quale devono spostarsi di almeno 500 metri e non possono

rioccupare la stessa area nell'arco della giornata. Gli stessi possono sostare nei posteggi isolati nei tempi e nei modi previsti dalla deliberazione comunale di cui all'articolo 21. [1]

4. L'esercizio del commercio disciplinato dal presente capo nelle aree demaniali marittime è soggetto al nulla osta da parte delle competenti autorità che stabiliscono modalità, condizioni, limiti e divieti per l'accesso alle aree predette. [2]

5. Senza permesso del soggetto proprietario o gestore è vietato il commercio sulle aree pubbliche, negli aeroporti, nelle stazioni e nelle autostrade.

6. L'autorizzazione deve essere esibita ad ogni richiesta degli organi di vigilanza.

7. L'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, sia su posteggio che in forma itinerante, è consentito su delega ai collaboratori familiari di cui all'articolo 230 bis c.c., ai lavoratori dipendenti anche con contratto di lavoro interinale, all'associato in partecipazione di cui agli articoli 2549 e 2554 c.c., ai soggetti titolari di una collaborazione coordinata e continuativa, nonché a tutti i soggetti previsti dalla legislazione statale in materia di lavoro. Nel caso di società di persone regolarmente costituita, i soci possono svolgere l'attività purché il loro nominativo sia indicato nell'autorizzazione o nella domanda di autorizzazione o di integrazione della stessa. Ai fini della vigilanza sui mercati e sulle fiere, qualora il delegato non sia indicato nell'autorizzazione stessa, è sufficiente la presentazione di copia della comunicazione inoltrata al Comune interessato. [3]

8. Al fine di valorizzare e salvaguardare il servizio commerciale nelle aree urbane, rurali e montane, i Comuni possono stabilire particolari agevolazioni, fino all'esenzione per i tributi e le altre entrate di rispettiva competenza, per le attività effettuate su posteggi posti in Comuni e frazioni di Comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti nelle zone periferiche delle aree metropolitane e negli altri centri di minori dimensioni.

9. E' abolito ogni precedente divieto di vendita di merci, fatto salvo il rispetto dei requisiti igienico-sanitari e delle altre prescrizioni contenute nel presente capo e di quanto previsto dal comma 5 dell'articolo 30 del d.lgs. 114/1998.

(1) Comma sostituito dall'art. 27, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma modificato dall'art. 27, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Comma sostituito dall'art. 27, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 35 - (Consistenza degli esercizi)**

1. Ai fini della rilevazione della consistenza degli esercizi per il commercio su aree pubbliche, ogni provvedimento di rilascio, di revoca, e di decadenza dell'autorizzazione ed ogni modifica del titolo autorizzatorio vanno comunicati dal Comune al servizio regionale competente entro trenta giorni.

2. La Regione predispone la modulistica necessaria per l'attività di commercio su aree pubbliche, compresal'attività dei produttori agricoli che esercitano su aree pubbliche. [1]

3. Nel caso di cambiamento di residenza, previa comunicazione del titolare dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività in forma itinerante, il Comune che ha rilasciato l'autorizzazione stessa provvede, entro trenta giorni, a trasmettere al Comune di nuova residenza tutta la documentazione per la variazione.

(1) Comma sostituito dall'art. 28, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 36 - (Ambito di applicazione)**

1. Le disposizioni di cui al presente capo si applicano anche:

- a) agli industriali ed agli artigiani che intendano esercitare il commercio su aree pubbliche dei loro prodotti;
- b) ai soggetti che intendano vendere o esporre per la vendita al dettaglio sulle aree previste dalla legge oggetti di antichità o di interesse storico o archeologico di cui alla legge 20 novembre 1971, n. 1062.

2. Le disposizioni di cui al presente capo non si applicano:

- a) a coloro che esercitano esclusivamente la vendita a domicilio ai sensi della normativa vigente;
- b) ai produttori agricoli i quali esercitano la vendita sulle aree pubbliche sulla base della normativa vigente, salvo che per le disposizioni relative alle concessioni di posteggi ed alle soste per l'esercizio delle attività in forma itinerante; [1]
- c) ai pescatori e alle cooperative di pescatori, nonché ai cacciatori, singoli o associati, che vendono al pubblico e al dettaglio la cacciagione e i prodotti ittici provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività e a coloro che esercitano la vendita di prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti a usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fungatico e di diritti similari;
- d) a chi vende o espone per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica o informativa, realizzate anche mediante supporto informatico;
- e) all'attività di vendita effettuata durante il periodo di svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti dei visitatori, purché riguardi le sole merci oggetto delle manifestazioni e non duri oltre il periodo di svolgimento delle manifestazioni stesse.

(1) Lettera sostituita dall'art. 29, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **Art. 37 - (Norme transitorie e finali)**

1. Le autorizzazioni di cui all'articolo 1, comma 2, lettere a) e b), della legge 28 marzo 1991, n. 112 devono essere trasformate nella nuova autorizzazione di tipo A dai Comuni sede di posteggio.

2. I Comuni, entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge, annullano d'ufficio il posteggio riportato nel modello SIREDI attuale e contestualmente rilasciano il nuovo modello con l'indicazione del posteggio.

3. Le autorizzazioni di cui all'articolo 1, comma 2, lettera c), della legge 112/1991 per il commercio itinerante devono essere trasformate nelle nuove autorizzazioni di tipo B dai Comuni che hanno rilasciato il titolo.

4. I Comuni, entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge, procedono d'ufficio alla revoca dell'autorizzazione attuale e al contestuale rilascio della nuova autorizzazione.

5. Copia delle nuove autorizzazioni deve essere inviata al servizio competente della Regione.

6. Le presenze maturate su un'autorizzazione rilasciata ai sensi della legge 112/1991, articolo 1, comma 2, lettere a) e b), per spunta nei mercati ed effettive nelle fiere, si assegnano, su indicazione dell'operatore, esclusivamente ad una delle autorizzazioni trasformate nelle nuove tipologie.

7. L'operatore commerciale titolare di più autorizzazioni amministrative al commercio su aree pubbliche di tipo A o B, se rinuncia autonomamente ad una delle due autorizzazioni, può chiedere al Comune competente la trascrizione delle presenze maturate nei mercati e nelle fiere in una autorizzazione in suo possesso. Nel caso di rinuncia di autorizzazioni rilasciate da Comuni fuori regione, è possibile trascrivere solo le presenze maturate nei mercati e nelle fiere che si svolgono nelle Marche. [1]

8. I soggetti che esercitano il commercio sulle aree pubbliche sono sottoposti alle medesime disposizioni che riguardano gli altri commercianti al dettaglio, purché non contrastino con le specifiche disposizioni del presente capo.

9. Il commercio su aree pubbliche viene esercitato con riferimento ai settori merceologici ed ai requisiti di cui all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998.

10. Sono comunque fatti salvi i diritti acquisiti dagli operatori alla data di entrata in vigore della presente legge.

10-bis. I Comuni procedono al rilascio della nuova autorizzazione per conversione e per subentro agli operatori marchigiani in possesso di titolo autorizzatorio rilasciato da altra Regione la cui normativa regionale non preveda la conversione e il subentro ad operatori non residenti. Le modalità operative per il rilascio della nuova autorizzazione sono predisposte dalla Giunta regionale. [2]

(1) Comma modificato dall'art. 30, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma aggiunto dall'art. 30, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

### **CAPO III**

#### **Disposizioni comuni e abrogazioni**

##### **Art. 38 - (Osservatorio sulla rete commerciale)**

1. In conformità ai principi sanciti nell'articolo 6 dello Statuto e a quanto stabilito nell'articolo 6 del d.lgs. 114/1998 è istituito l'Osservatorio sulla rete commerciale, composto da:

- a) l'assessore competente in materia di commercio o suo delegato, che lo presiede;
- b) un rappresentante dell'ANCI;
- c) un rappresentante dell'UPI;
- d) un rappresentante dell'UNCCEM;

- e) un rappresentante designato congiuntamente dalle camere di commercio della regione;
  - f) un rappresentante designato congiuntamente dalle associazioni dei consumatori iscritte nel registro di cui alla l.r. 16 giugno 1998, n. 15;
  - g) un rappresentante designato congiuntamente dalle organizzazioni degli imprenditori commerciali maggiormente rappresentative a livello regionale;
  - h) un rappresentante designato congiuntamente dalle organizzazioni sindacali nazionali dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello regionale.
2. L'Osservatorio opera all'interno del servizio competente in materia di commercio e svolge un'attività di monitoraggio riferita all'entità e all'efficienza della rete distributiva, nonché alle dinamiche occupazionali del settore.
3. Al fine di assistere l'Osservatorio di cui al comma 1 è istituito un comitato tecnico scientifico, che può operare anche tramite sottogruppi, composto da:
- a) i dirigenti dei servizi regionali competenti in materia di commercio e di statistica o loro delegati;
  - b) un rappresentante per ognuna delle camere di commercio della regione;
  - c) otto rappresentanti dell'ANCI;
  - d) due rappresentanti designati dalle organizzazioni degli imprenditori commerciali maggiormente rappresentative a livello regionale;
  - e) un rappresentante designato congiuntamente dalle organizzazioni sindacali nazionali dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello regionale;
  - f) un rappresentante designato congiuntamente dalle associazioni dei consumatori iscritte nel registro di cui alla l.r. 15/1998.
4. La Giunta regionale è autorizzata a compiere tutti gli atti necessari alla costituzione dell'Osservatorio e del comitato fissandone con propria deliberazione, da emanarsi entro centoventi giorni dall'entrata in vigore della presente legge, gli indirizzi ed i criteri di operatività.
5. Ai componenti dell'Osservatorio e del comitato estranei all'Amministrazione regionale sono corrisposti l'indennità e i rimborsi spese previsti dalla legge regionale 2 agosto 1984, n. 20 e successive modificazioni ed integrazioni.

#### **Art. 39 - (Centri di assistenza tecnica)**

1. La Giunta regionale autorizza con apposito provvedimento i centri di assistenza tecnica alle imprese del terziario commerciale, ai sensi dell'articolo 23 del d.lgs. 114/1998.
2. L'attività di assistenza tecnica può essere prestata da centri di assistenza alle imprese costituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria più rappresentative a livello provinciale e da altri soggetti interessati.
3. La Giunta regionale dispone con proprio provvedimento il numero massimo dei centri autorizzabili, le modalità di funzionamento, gli indirizzi e i criteri di priorità per la costituzione.

#### **Art. 40 - (Corsi abilitanti per l'esercizio dell'attività nel settore alimentare)**



1. Oltre ai corsi previsti dalla vigente normativa nazionale e regionale, le Province provvedono a programmare e istituire:

a) corsi per l'esercizio del commercio alimentare di cui all'articolo 5, comma 5, lettera a), del d.lgs. 114/1998, con un monte ore non inferiore alle 80 ore di lezione e non superiore alle 120 ore;

b) corsi per l'aggiornamento e la riqualificazione degli operatori commerciali e dei dipendenti di aziende commerciali, con un monte ore non inferiore alle 36 ore di lezione.

2. I corsi previsti al comma 1, lettera a), debbono prevedere materie attinenti alla legislazione igienico-sanitaria e alle tecnologie alimentari, con particolare riferimento agli aspetti relativi alla conservazione, manipolazione e trasformazione degli alimenti sia freschi che conservati nonché alla legislazione sul commercio, con particolare riguardo alla sicurezza e all'informazione del consumatore e alla legislazione generale del settore, con particolare riguardo agli aspetti gestionali dell'attività commerciale.

3. I corsi previsti al comma 1, lettera b) devono prevedere materie attinenti all'innovazione tecnologica e organizzativa, alla gestione economica e finanziaria di impresa e all'accesso ai finanziamenti, anche comunitari, alla sicurezza e alla tutela dei consumatori, alla tutela dell'ambiente, all'igiene e alla sicurezza sul lavoro, alla certificazione di qualità degli esercizi commerciali.

4. Per i corsi di cui all'articolo 5, comma 5, lettera a) del d.lgs. 114/1998, uno dei docenti del corso presente nella commissione esaminatrice deve essere esperto del settore igienico-sanitario.

#### **Art. 41 - (Sanzioni)**

1. In caso di violazione delle norme di cui alla presente legge e ai regolamenti comunali si applicano le sanzioni previste dagli articoli 22 e 29 del d.lgs. 114/1998. [1]

1-bis. I Comuni, per la violazione al regolamento comunale in materia di commercio su aree pubbliche, possono prevedere sanzioni inferiori a quanto stabilito dagli articoli 22 e 29 del d.lgs. 114/1998. [2]

2. [3]

(1) Comma modificato dall'art. 31, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(2) Comma aggiunto dall'art. 31, comma 2, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

(3) Comma abrogato dall'art. 31, comma 3, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

#### **Art. 41-bis - (Vigilanza e controllo) [1]**

1. La vigilanza sull'applicazione della presente legge è esercitata dai Comuni, nonché da personale regionale all'uopo incaricato dal dirigente della struttura regionale competente in materia di commercio.

2. Il Presidente della Giunta regionale, in caso di mancato rispetto dei termini previsti per l'esercizio delle funzioni amministrative di cui alla presente legge o in caso di adozione di atti in violazione delle prescrizioni vincolanti previste dalle leggi, può adottare, nell'esercizio delle funzioni di vigilanza di cui al



comma 1 e previa diffida, i provvedimenti, anche di carattere sostitutivo, idonei ad assicurare il rispetto dei termini e delle norme violate.

(1) Articolo aggiunto dall'art. 32, comma 1, L.R. 15 ottobre 2002, n. 19.

**Art. 42 - (Abrogazioni)**

1. Sono abrogate le l.r. 24 agosto 1977, n. 32; 27 dicembre 1993, n. 34; 9 maggio 1994, n. 17; 23 gennaio 1996, n. 3 e 21 novembre 1997, n. 68.

2. Sono altresì abrogati:

1) l'articolo 51, comma 4, della l.r. 5 agosto 1992, n. 34;

2) il titolo I della l.r. 5 aprile 1994, n. 12;

3) il regolamento regionale 22 dicembre 1997, n. 48.

La presente legge sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e farla osservare come legge della Regione Marche.

*(Si omettono le Tabelle)*