

LEGGE REGIONALE 16 aprile 2015, n. 24

“Codice del commercio”.

IL CONSIGLIO REGIONALE
HA APPROVATO

IL PRESIDENTE
DELLA GIUNTA REGIONALE

PROMULGA
LA SEGUENTE LEGGE:

TITOLO I
DISPOSIZIONI GENERALI

Capo I
Principi generali

Art. 1
Oggetto

1. Con la presente legge la Regione Puglia disciplina l'esercizio dell'attività commerciale, in tutte le sue forme.

2. Ai fini della presente legge costituiscono attività commerciale:

- a) il commercio al dettaglio e all'ingrosso in sede fissa;
- b) la vendita della stampa quotidiana e periodica;
- c) il commercio su aree pubbliche;
- d) la somministrazione di alimenti e bevande;
- e) la distribuzione dei carburanti;
- f) le forme speciali di commercio al dettaglio.

3. La presente legge non si applica:

- a) ai farmacisti e ai direttori di farmacie delle quali i comuni assumono l'impianto e l'esercizio ai sensi della legge 2 aprile 1968, n. 475 (*Norme concernenti il servizio*

farmaceutico) e successive modifiche e integrazioni e della legge 8 novembre 1991, n. 362 (*Norme di riordino del settore farmaceutico*) e successive modifiche e integrazioni, qualora vendano esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;

- b) ai titolari di rivendite di generi di monopolio qualora vendano esclusivamente generi di monopolio di cui alla legge 22 dicembre 1957, n. 1293 (*Organizzazione dei servizi di distribuzione e vendita dei generi di monopolio*) e al relativo regolamento di esecuzione, emanato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074 e successive modifiche;
- c) ai produttori agricoli, singoli o associati, i quali esercitino attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del codice civile e nei limiti di cui all'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228 (*Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, a norma dell'articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57*);
- d) agli artigiani iscritti nell'albo di cui alla legge regionale 5 agosto 2013, n. 24 (*Norme per lo sviluppo, la promozione e la tutela dell'artigianato pugliese*) per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio;
- e) ai pescatori e ai cacciatori, singoli o associati, che vendano al dettaglio, i prodotti provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività e a coloro che esercitano la vendita dei 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;
- f) alle attività disciplinate dalla legge regionale 13 dicembre 2013, n. 42 (*Disciplina dell'agriturismo*) e dalla legge regionale 7 agosto 2013, n. 27 (*Disciplina dell'attività ricettiva di Bed and Breakfast - B&B*);

- g) alle attività disciplinate dal “*regolamento recante semplificazione del procedimento per il rilascio dell’autorizzazione alla somministrazione di alimenti e bevande da parte di circoli privati*”, emanato con decreto Presidente della Repubblica 4 aprile 2001, n. 235;
- h) alle attività di somministrazione svolte in forma occasionale e completamente gratuita;
- i) a chi venda o esponga 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;
- j) alla vendita dei beni del fallimento effettuata ai sensi dell’articolo 106 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267 (*Disciplina del fallimento, del concordato preventivo, dell’amministrazione controllata e della liquidazione coatta amministrativa*) e successive modifiche;
- k) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o enti territoriali che vendano pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto informatico, di propria o altrui elaborazione, concernenti l’oggetto della loro attività;
- l) alla vendita effettuata a favore degli spettatori nei cinema, teatri e altri luoghi di pubblico spettacolo, durante le rappresentazioni.

Art. 2
Finalità

1. La presente legge, nel rispetto della normativa comunitaria e delle disposizioni legislative dello Stato in materia di tutela della concorrenza, persegue le seguenti finalità:

- a) la tutela dei consumatori, in riferimento a quanto previsto dal decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, (*Codice del consumo, a norma dell’articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229*), e dalla legge regio-

nale 15 maggio 2006, n. 12 (*Norme per l’attuazione delle politiche in favore dei consumatori e degli utenti*) e in particolare:

- 1) la tutela della salute;
- 2) la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi;
- 3) una adeguata informazione e una corretta pubblicità;
- 4) l’esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà;
- 5) l’educazione al consumo;
- 6) la correttezza, trasparenza ed equità nei rapporti contrattuali concernenti beni e servizi;
- 7) la possibilità di usufruire di una rete distributiva articolata per tipologia e modalità di approvvigionamento;
- b) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d’impresa e la libera circolazione delle merci;
- c) lo sviluppo della capacità di servizio della rete distributiva secondo criteri di efficienza e modernizzazione, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
- d) tener conto delle esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l’ordinamento comunitario, con particolare riferimento alla corretta articolazione del servizio sul territorio e al contenimento della libertà di iniziativa economica privata con l’utilità sociale della stessa, ex articolo 41 della Costituzione;
- e) l’equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali in rapporto con l’uso del suolo e delle risorse territoriali, in raccordo con le disposizioni della legge regionale 31 maggio 1980, n. 56 (*Tutela ed uso del territorio*) e della legge regionale 27 luglio 2001, n. 20 (*Norme generali di governo e uso del territorio*) e più in generale alla mitigazione degli impatti ambientali e sociali;
- f) il concorso alla valorizzazione delle produzioni tipiche pugliesi, dell’artigianato

- anche nelle sue diverse espressioni territoriali, tradizionali produttive e artistiche, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale;
- g) il mantenimento e la valorizzazione della funzione commerciale, sulla base delle specificità dei diversi territori, con riferimento ai centri storici e alle aree urbane; alle aree periferiche e di nuova urbanizzazione; alle aree rurali e ai comuni con minore dotazione di servizio;
 - h) la qualificazione e l'aggiornamento delle imprese che vendono al dettaglio e somministrano alimenti e bevande, con particolare riguardo ai titolari d'impresa commerciale al dettaglio e dei lavoratori del settore;
 - i) la creazione di un sistema di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva regionale, attraverso il coordinamento operativo tra Regione, comuni e camere di commercio per la gestione dei flussi informativi;
 - j) la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, anche attraverso un sistema decisionale coordinato tra Regione e comuni;
 - k) l'articolazione del servizio sul territorio al fine di minimizzare gli spostamenti generati dalla funzione commerciale con particolare riguardo agli effetti delle strutture commerciali sulla rete stradale e sull'uso di mezzi di trasporto pubblici e privati;
 - l) la salvaguardia e lo sviluppo qualificato dei livelli occupazionali nel rispetto dei CCNL e della contrattazione territoriale;
 - m) favorire iniziative che presentino una particolare valenza di riqualificazione del territorio, di innovazione della rete distributiva, di sviluppo dei livelli occupazionali, di recupero di aree dismesse o degradate e/o che siano oggetto di accordi territoriali che vedano il coinvolgimento della Regione e degli enti locali;
 - n) favorire l'ammodernamento della rete distributiva dei carburanti garantendo una sufficiente articolazione del servizio, incrementando anche qualitativamente i servizi resi all'utenza e promuovendo la diffusione dei carburanti eco-compatibili;

- o) garantire il diritto di informare ed essere informati attraverso una rete di vendita dedicata all'informazione, articolata in maniera omogenea ed equilibrata sull'intero territorio regionale.

Art. 3

Articolazione dell'intervento regionale

1. La Regione provvede all'attuazione della presente legge con uno o più provvedimenti attuativi che definiscono:
 - a) i requisiti e le procedure per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita;
 - b) gli obiettivi di presenza e di sviluppo per le grandi strutture di vendita;
 - c) le modalità di verifica dell'influenza sovraumunale delle previsioni relative a grandi strutture di interesse locale, medie strutture di vendita di tipo M3 e, limitatamente ai comuni con popolazione inferiore ai 10 mila abitanti, di tipo M2;
 - d) le modalità di organizzazione, la durata e le materie delle attività di qualificazione e di aggiornamento professionale necessarie per l'esercizio dell'attività;
 - e) tipologia e modalità di effettuazione delle vendite straordinarie;
 - f) le modalità per l'organizzazione e il funzionamento dell'Osservatorio regionale;
 - g) le modalità di autorizzazione e finanziamento dei centri di assistenza tecnica (CAT);
 - h) i documenti regionali di indirizzo e programmazione di cui al capo III del titolo I;
 - i) i requisiti e le procedure per l'installazione e l'esercizio degli impianti di distribuzione dei carburanti sulla rete stradale ordinaria e autostradale;
 - j) i criteri e le procedure per la concessione dei posteggi su aree pubbliche incluse le modalità attraverso le quali, anche avvalendosi della collaborazione gratuita delle associazioni previste al comma 3, i comuni verificano la sussistenza della regolarità contributiva e fiscale;

k) le modalità e procedure per la realizzazione dei distretti urbani del commercio.

2. I provvedimenti di cui al comma 1 sono adottati dalla Giunta regionale a seguito di parere obbligatorio delle rappresentanze degli enti locali e previa consultazione della Consulta regionale consumatori e utenti (CRCU), delle associazioni delle imprese del commercio maggiormente rappresentative a livello regionale e delle organizzazioni sindacali dei lavoratori.

3. Si intendono associazioni delle imprese e organizzazioni dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello regionale quelle che sottoscrivono il Contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL) di settore.

4. E' vietata la partecipazione diretta o indiretta alla decisione, anche in seno a organi consultivi, di operatori concorrenti ai fini del rilascio dei titoli autorizzatori o dell'adozione di altri provvedimenti rilevanti per l'esercizio dell'attività di servizi. Tale divieto non riguarda la consultazione di organismi quali le camere di commercio o le parti sociali su questioni diverse dalle singole domande di autorizzazione né la consultazione del grande pubblico.

5. Con le stesse procedure e nei termini di cui ai precedenti commi, la Giunta regionale provvede ad adottare, di concerto con le camere di commercio e sentito l'Osservatorio del commercio, le disposizioni necessarie affinché per le comunicazioni, segnalazioni certificate di inizio attività, dichiarazioni di inizio attività e le autorizzazioni di cui alla presente legge, venga utilizzata una modulistica univoca.

Art. 4

Definizioni generali

1. Ai fini della presente legge si intendono per:

a) commercio all'ingrosso: l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o a utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande;

b) commercio al dettaglio: l'attività svolta da chiunque professionalmente vende prodotti direttamente al consumatore finale operando su aree private o pubbliche, in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione;

c) impresa commerciale al dettaglio: l'impresa che acquista e rivende o somministra merci in nome e per conto proprio direttamente al consumatore finale;

d) settori merceologici: il settore alimentare (*che consente anche la vendita di prodotti non alimentari*) e il settore non alimentare (*che comprende la vendita dei soli prodotti non alimentari*);

e) superficie di vendita di un esercizio commerciale: la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita. Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici, gli spazi collocati davanti alle casse e ad altri servizi nei quali non è previsto l'ingresso dei clienti;

f) superficie di somministrazione: l'area attrezzata per il consumo di alimenti o bevande, compresa l'area occupata da banchi, mobili e altre attrezzature allestite per il servizio al cliente. Non costituisce superficie di somministrazione l'area destinata a cucina, depositi, servizi igienici, uffici e simili;

g) superficie di vendita di un centro commerciale e di una area commerciale integrata: quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in essi presenti;

h) SCIA: la segnalazione certificata di inizio attività, come prevista dalla legge 7 agosto 1990, n. 241 (*Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi*) e successive modificazioni;

i) SUAP, lo sportello unico delle attività produttive di cui al *regolamento per la sem-*

plificazione ed il riordino della disciplina sullo sportello unico per le attività produttive, ai sensi dell'articolo 38, comma 3, del decreto-legge n. 112 del 2008, convertito, con modificazioni, dalla legge n. 133 del 2008, emanato con decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 160: soggetto pubblico di riferimento territoriale per tutti i procedimenti che abbiano a oggetto azioni di localizzazione, realizzazione, trasformazione, ristrutturazione o riconversione, ampliamento o trasferimento, nonché cessazione o riattivazione delle attività previste dalla presente legge;

- j) motivi imperativi d'interesse generale: ragioni di pubblico interesse, tra i quali l'ordine pubblico, la sicurezza pubblica, l'incolumità pubblica, la sanità pubblica, la sicurezza stradale, la tutela dei lavoratori compresa la protezione sociale dei lavoratori, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, la tutela dei consumatori, dei destinatari di servizi e dei lavoratori, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano, la salute degli animali, la proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico e artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale;
- k) somministrazione: la vendita per il consumo sul posto in tutti i casi in cui gli acquirenti consumano i prodotti in locali o superfici aperte al pubblico attrezzati a tal fine;
- l) domicilio del consumatore: non solo la privata dimora, ma anche i locali in cui il consumatore si trova per motivi di lavoro o di studio o per lo svolgimento di cerimonie, convegni, congressi e simili;
- m) pastigliaggi: i prodotti da banco preconfezionati alla produzione da vendere nella stessa confezione originaria, costituiti generalmente da caramelle, gomme, cioccolatini, patatine, snack e similari incluse le bevande pre-confezionate e pre-imbottigliate, con esclusione del latte e dei suoi derivati.

Art. 5

Requisiti di accesso ed esercizio dell'attività

1. I requisiti di accesso e di esercizio delle attività commerciali sono definiti dall'articolo 71 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (*Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno*) e successive modificazioni.
2. La vendita di pastigliaggi negli esercizi commerciali al dettaglio e nelle rivendite di quotidiani e periodici è consentita anche senza il possesso dei requisiti di cui all'articolo 71, comma 6, del d.lgs. 59/2010. I requisiti igienico-sanitari sono attestati con una dichiarazione di attività sanitaria semplificata la cui modulistica viene approvata con le modalità previste all'articolo 3, comma 5.

Art. 6

Subentro nella gestione

1. Il trasferimento della gestione o della proprietà dell'azienda o di un ramo di azienda, per atto tra vivi o per causa di morte, comporta il trasferimento al subentrante della titolarità del titolo abilitativo all'esercizio dell'attività commerciale.
2. Il subentro nell'attività è soggetto a SCIA da presentare al SUAP entro sei mesi dalla data della morte del titolare o entro sessanta giorni dalla data di acquisizione del titolo con indicazione degli estremi della SCIA o dell'autorizzazione interessata, del contratto di cessione d'azienda e con l'attestazione del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5. La mancata comunicazione nei termini di cui al presente comma comporta le sanzioni previste all'articolo 61, comma 6.
3. In caso di morte del titolare, il titolo abilitativo è re-intestato all'erede o agli eredi che ne facciano richiesta, nelle modalità di cui al comma 2, purché gli stessi abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'articolo 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società di persone, sempre che abbiano i requisiti di cui all'articolo 5. In mancanza dei requisiti, gli stessi possono chiedere al comune la prosecuzione dell'attività per un anno.

4. Per il trasferimento della titolarità di un impianto di distribuzione di carburante, le parti, congiuntamente, entro quindici giorni dalla data dell'atto di cessione dello stesso, ne danno comunicazione al SUAP, alla Regione e all'Ufficio delle dogane. Il SUAP verifica gli atti comprovanti per legge il trasferimento della titolarità dell'impianto, accerta i requisiti soggettivi del subentrante, prende atto del trasferimento entro i trenta giorni dandone comunicazione a tutti gli enti e uffici interessati al procedimento amministrativo.

5. In caso di subentro in attività di commercio su aree pubbliche, i titoli di priorità acquisiti dal cedente si trasferiscono al cessionario compresa l'anzianità di iscrizione quale impresa attiva nel registro delle imprese. La disposizione si applica anche al conferimento in società.

6. Per le autorizzazioni di tipo A, come definite all'articolo 29, non è ammessa la cessione dell'attività relativamente a uno o alcuni soltanto dei giorni per i quali è autorizzato l'uso del posteggio. In caso di cambiamento di residenza, il titolare ne dà comunicazione entro trentagiorni al comune sede di posteggio, che provvede alle necessarie annotazioni ivi compresa l'anzianità di frequenza in un mercato o in una fiera.

Capo II **Norme generali sulla vendita**

Art. 7 *Pubblicità dei prezzi*

1. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, devono indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo.

2. Per i prodotti realizzati in tutto o in parte in metallo prezioso di cui alla normativa vigente in materia, degli oggetti d'antiquariato esposti nelle vetrine esterne dell'attività di vendita al dettaglio,

l'obbligo di cui al comma 1 è da ritenersi rispettato anche attraverso l'utilizzo, sul singolo prodotto e oggetto, di un cartellino a esso collegato, recante l'indicazione del prezzo per esteso leggibile dall'interno dei locali di vendita. Tale disposizione non si applica ai prodotti esposti nelle vetrine site all'interno dell'esercizio.

3. Quando sono esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio, l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.

4. Restano salve le disposizioni vigenti circa l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita al dettaglio per unità di misura.

5. Per i prodotti destinati alla somministrazione, l'obbligo di esposizione dei prezzi è assolto, anche per categorie omogenee di prodotti:

- a) per tutte le attività di somministrazione mediante esposizione, all'interno dell'esercizio, di apposita tabella;
- b) per le attività di ristorazione si aggiunge l'obbligo di esposizione della tabella anche all'esterno dell'esercizio o comunque leggibile dall'esterno;
- c) per le attività con servizio al tavolo, il listino dei prezzi deve essere posto a disposizione dei clienti prima dell'ordinazione e deve indicare l'eventuale componente del servizio.

6. Le modalità prescelte debbono essere tali da rendere il prezzo chiaramente e facilmente comprensibile al pubblico, anche per quanto concerne eventuali aggiunte attribuibili al servizio.

7. Le disposizioni di cui al comma 5 non si applicano ai circoli di cui al d.p.r. 235/2001, nonché alle altre attività di cui all'articolo 41, comma 2, della presente legge.

8. I prezzi dei prodotti petroliferi per uso di autotrazione, esposti e pubblicizzati presso gli impianti di distribuzione dei carburanti, devono

essere esclusivamente quelli praticati ai consumatori. E' fatto obbligo di esporre in modo visibile dalla carreggiata stradale e separatamente per le diverse modalità di rifornimento, i prezzi praticati al consumo secondo le modalità previste dalla normativa vigente.

Art. 8
Vendite straordinarie

1. Per vendite straordinarie si intendono le vendite nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.
2. La Regione, ai fini di una corretta informazione del consumatore, disciplina nell'ambito dei provvedimenti e con le modalità previste all'articolo 3, le modalità di svolgimento, la pubblicità, i periodi e la durata delle vendite straordinarie.
3. Si intendono per vendite straordinarie:
 - a) le vendite di liquidazione effettuate al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito, di cessazione dell'attività commerciale, di cessione dell'azienda, di trasferimento dell'azienda in altro locale, di trasformazione o rinnovo dei locali. Le vendite di liquidazione possono essere effettuate, previa comunicazione al SUAP dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti;
 - b) le vendite di fine stagione (*saldi*) riguardanti i prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo;
 - c) le vendite promozionali effettuate dall'esercente dettagliante per tutti o una parte dei prodotti merceologici e per periodi di tempo limitati;
 - d) le vendite in negozi temporanei ovvero in punti vendita destinati alla vendita per un periodo di tempo limitato;
 - e) le vendite di prodotti del settore non alimentare, identificati da un marchio, che sono stati prodotti almeno dodici mesi prima della vendita stessa o presentano

lievi difetti non occulti di produzione "Outlet".

4. Nelle vendite disciplinate dal presente articolo lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposto.

Art. 9
Orari di apertura e di chiusura

1. Gli orari di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio sono rimessi alla libera determinazione degli esercenti nel rispetto delle disposizioni del presente articolo e dei criteri emanati dai comuni, sentite le associazioni e organizzazioni di cui all'articolo 3.
2. Il Comune, in accordo con le associazioni e organizzazioni di cui all'articolo 3, definisce anche attraverso provvedimenti organici:
 - a) le modalità per garantire il servizio minimo in caso di più festività consecutive e di periodi di ferie, con particolare riferimento ai punti vendita alimentari, ai pubblici esercizi, agli impianti di distribuzione di carburanti e alle rivendite di giornali e riviste;
 - b) per gli impianti di distribuzione carburanti per uso di autotrazione sulla rete stradale ordinaria, l'orario minimo settimanale di apertura degli impianti stradali è di cinquantadue ore. Tutti gli impianti devono comunque rimanere aperti nella fascia antimeridiana dalle ore otto alle ore dodici e nella fascia pomeridiana dalle ore sedici alle ore diciannove;
 - c) l'eventuale monte ore minimo giornaliero per i pubblici esercizi;
 - d) gli orari per l'esercizio del commercio su aree pubbliche, tenendo conto delle caratteristiche delle diverse manifestazioni (*fiere e mercati*), delle esigenze di approvvigionamento, della presenza di attività di somministrazione, nonché della opportunità di evitare la sovrapposizione fra le manifestazioni e la vendita itinerante;

- e) le zone del comune e/o le fasce orarie in cui è limitata l'apertura di esercizi commerciali e l'esercizio di attività su aree pubbliche o di pubblici esercizi per motivi di ordine pubblico, di sicurezza, igienico sanitari, di compatibilità acustica o altre motivazioni di interesse generale.

3. Gli esercenti devono rendere noto al pubblico, anche durante il periodo di chiusura, l'orario di effettiva apertura o chiusura mediante cartelli o altri mezzi idonei di informazione.

4. La Regione e i comuni promuovono accordi volontari fra operatori volti a garantire che gli orari delle attività commerciali concorrano al rispetto e all'attuazione delle disposizioni di cui ai capi I e VII della legge 8 marzo 2000, n. 53 (*Disposizioni per il sostegno della maternità e della paternità, per il diritto alla cura e alla formazione e per il coordinamento dei tempi della città*) e dell'articolo 50, comma 7, del decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 (*Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali*).

5. Le disposizioni di cui ai commi 1, 2, 3 e 4, non si applicano ai circoli di cui al d.p.r. 235/2001, nonché alle altre attività di cui all'articolo 41, comma 2.

Art. 10

Gestione di reparto

1. Il titolare di un esercizio commerciale o di un pubblico esercizio organizzato in più reparti, ferma restando l'applicazione del contratto nazionale di lavoro e il rispetto delle norme vigenti in materia, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di vendita, può affidare uno o più reparti, perché lo gestisca in proprio per il periodo di tempo convenuto, a un soggetto in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, dandone comunicazione al SUAP competente.

2. Qualora non abbia provveduto alle comunicazioni di cui al comma 1, il titolare risponde dell'attività del soggetto stesso. Questi, a sua volta, deve dare comunicazione al SUAP. La fattispecie non costituisce caso di sub-ingresso.

Capo III

Programmazione della rete distributiva

Art. 11

Contenuti dei documenti regionali di indirizzo e programmazione

1. Gli indirizzi di programmazione della rete distributiva e gli interventi volti alla qualificazione e allo sviluppo del commercio sono redatti in conformità a quanto stabilito dall'articolo 41 della Costituzione, dei principi della legge 10 ottobre 1990, n. 287 (*Norme per la tutela della concorrenza e del mercato*) e del d.lgs. 59/2010.

2. In attuazione delle finalità di cui all'articolo 2, la Regione definisce, attraverso appositi provvedimenti approvati con le modalità di cui all'articolo 3, direttive e indicazioni ai comuni per la redazione degli strumenti comunali di programmazione e incentivazione delle diverse tipologie di attività commerciali. Tali provvedimenti definiscono:

- a) i criteri di autorizzazione delle attività che, per motivi imperativi di interesse generale, per scarsità di risorse naturali o delle capacità tecniche, possono avere una limitazione numerica, ivi comprese le medie e le grandi strutture di vendita, identificando:

- 1) le attività assoggettabili ad autorizzazione;
- 2) i requisiti e le procedure per l'insediamento e il trasferimento di tali attività anche con riferimento alle diverse zone del territorio;
- 3) la definizione dei processi autorizzativi e delle eventuali modalità di partecipazione della Regione;
- 4) durata e modalità di aggiornamento degli strumenti di programmazione;

- b) misure di incentivo e promozione alle attività commerciali, di formazione degli operatori e di promozione della collaborazione fra operatori ed enti locali.

3. In ogni caso, resta ferma la finalità di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale e sono vietati criteri

legati alla verifica di natura economica o fondati sulla prova dell'esistenza di un bisogno economico o sulla prova di una domanda di mercato.

Art. 12

Strumenti comunali di programmazione e incentivazione

1. I comuni per l'esercizio delle funzioni di loro competenza, consultate le organizzazioni di cui all'articolo 3, si dotano attraverso un atto unico o con più provvedimenti fra loro coordinati, del documento strategico del commercio e delle norme previste dal presente articolo.

2. Il Documento strategico del commercio ha i seguenti contenuti minimi:

- a) un'analisi dello stato del commercio costituita almeno da:
 - 1) una quantificazione del fenomeno commerciale comprendente gli esercizi di vicinato suddivisi per settore merceologico, la localizzazione e la classificazione di ciascuna media e grande struttura esistente, la consistenza dei mercati, dei posteggi isolati e delle fiere con relative date e aree di svolgimento, la dotazione di pubblici esercizi, di rivendite di giornali e riviste e dei distributori di carburante;
 - 2) la mappatura delle possibilità di insediamento di strutture commerciali e dei distributori di carburante, delle relative condizioni normative e requisiti di insediamento previste dagli strumenti urbanistici vigenti;
- b) una valutazione dei problemi del commercio, con riferimento alle diverse zone del comune e alle diverse tipologie di attività e dell'adeguatezza delle previsioni di insediamento di medie e grandi strutture di vendita;
- c) l'individuazione delle eventuali aree da sottoporre a misure di incentivo di cui all'articolo 13;
- d) le linee di intervento per la soluzione delle criticità individuate.

3. Il documento strategico del commercio è inviato alla Regione e costituisce elemento di valutazione necessario per la conferenza dei servizi per il rilascio dell'autorizzazione per grandi strutture di vendita. In assenza di tale provvedimento la Regione valuta l'autorizzazione sulla base delle finalità di cui all'articolo 2, dei provvedimenti di cui all'articolo 3 e delle norme generali contenute nella presente legge.

4. Il comune definisce:

- a) i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e le strutture di interesse locale, i parametri per la graduazione e le modalità attuative delle aree urbanisticamente idonee per l'insediamento di medie strutture di vendita e delle strutture di interesse locale. Le previsioni sono articolate secondo i settori merceologici, le tipologie dimensionali e le modalità insediative;
- b) gli strumenti di promozione e sviluppo del commercio definiti all'articolo 13;
- c) le direttive e gli indirizzi per l'insediamento e il funzionamento delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, di rivendite giornali e riviste e di distributori di carburante;
- d) i parametri di sviluppo del commercio su aree pubbliche costituiti da:
 - 1) le determinazioni in materia di fiere e mercati che comprendono la creazione di nuove fiere e mercati, il loro trasferimento, modifica e razionalizzazione, il numero e le dimensioni dei posteggi;
 - 2) le eventuali determinazioni di carattere merceologico;
 - 3) la definizione di eventuali priorità integrative nelle assegnazioni dei posteggi;
 - 4) la definizione di disposizioni a favore di consorzi di operatori, compresa la possibilità di affidare ad associazioni di categoria e a loro consorzi, nonché a società ed enti a essi collegati o da loro controllati, mediante apposita convenzione, la gestione dei servizi connessi alle aree mercatali e alle fiere, assicurando il controllo sui livelli del servizio erogato;

- 5) le determinazioni in materia di posteggi per gli operatori appartenenti a categorie particolari di cui all'articolo 30, comma 8, della presente legge e per i produttori agricoli di cui al d.lgs. 228/2001;
 - 6) le determinazioni in materia di commercio in forma itinerante compresa l'individuazione di aree aventi valore archeologico, artistico e ambientale nelle quali l'esercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari;
 - 7) la determinazione delle giornate di svolgimento delle fiere e dei mercati con riferimento alla loro eventuale stagionalità, agli orari di vendita, alle eventuali sospensioni nelle giornate festive e dei mercati straordinari;
 - 8) le determinazioni per il pagamento dei canoni per l'occupazione di aree pubbliche nonché eventuali agevolazioni ed esenzioni in materia di tributi ed entrate;
- e) i comuni emanano inoltre regolamenti per le fiere e i mercati contenenti:
- 1) la cartografia dei posteggi con l'indicazione del loro numero progressivo e dell'eventuale destinazione merceologica;
 - 2) le modalità di accesso degli operatori al mercato o fiera e la regolazione della circolazione pedonale e veicolare;
 - 3) le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati;
 - 4) le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi nelle fiere agli aventi diritto;
 - 5) le modalità e i divieti da osservarsi nell'esercizio dell'attività di vendita;
 - 6) le norme atte a promuovere una maggiore informazione e tutela dei consumatori;
- f) per mercati con oltre cinquanta posteggi e per le fiere con oltre cento posteggi è obbligatoria:
- 1) l'approvazione del regolamento di cui alla lettera d).

Capo IV

Strumenti di promozione del commercio

Art. 13

Sviluppo e promozione del commercio

1. All'interno del Documento strategico di cui all'articolo 12, comma 2, i comuni individuano, anche facendo riferimento alla delimitazione degli strumenti urbanistici comunali, le zone del territorio da sottoporre a misure di incentivo e di sostegno al commercio.
2. Sono soggetti interessati tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, compresi gli esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande, gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valore storico e tradizionale, operanti all'interno delle aree individuate dal comune.
3. In relazione alle problematiche rilevate il comune può:
 - a) promuovere la creazione di distretti urbani del commercio;
 - b) attivare progetti di valorizzazione commerciale;
 - c) individuare strumenti di promozione di servizi di prossimità;
4. I distretti urbani del commercio prevedono accordi fra amministrazione comunale, associazioni di operatori, associazioni di categoria maggiormente rappresentative e altri soggetti interessati, volti a sviluppare una gestione coordinata delle aree commerciali in grado di sviluppare sinergie con attività paracommerciali ed extracommerciali, nonché con altre funzioni urbane di natura pubblica e privata.
5. I progetti di valorizzazione commerciale sono elaborati d'iniziativa del comune in accordo con i soggetti pubblici, i privati interessati, le associazioni del commercio maggiormente rappresentative anche in sede locale, le organizzazioni dei consumatori e sindacali.
6. Nell'elaborazione del progetto di valorizza-

zione commerciale, il comune esamina le politiche pubbliche riferite all'area, la progettualità privata e l'efficacia degli strumenti normativi e finanziari in atto, al fine del rilancio e della qualificazione dell'area stessa e dell'insieme di attività economiche in essa presenti.

7. Il progetto di valorizzazione commerciale può prevedere:

- a) il divieto di vendita di particolari merceologie o settori merceologici;
- b) interventi in materia merceologica e qualitativa, anche prevedendo incentivi a marchi di qualità o di produzione regionale;
- c) interventi in materia di orari d'apertura, vendite straordinarie e di occupazione di suolo pubblico;
- d) disposizioni a tutela del patrimonio storico, artistico o ambientale;
- e) misure di agevolazione tributaria e sostegno finanziario;
- f) la realizzazione di opere infrastrutturali, di arredo urbano o di riorganizzazione della logistica urbana;
- g) l'attivazione o la modifica di servizi urbani;
- h) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività o il potenziamento di quelle esistenti anche attraverso l'insediamento di medie strutture di vendita;
- i) l'attuazione di azioni di promozione dell'area;
- j) l'individuazione di una struttura per la gestione coordinata degli interventi sul territorio.

8. Il comune, sulla base del progetto, può inoltre:

- a) incentivare la qualificazione delle attività economiche esistenti o il loro addensamento anche attraverso l'utilizzo della fiscalità locale, la monetizzazione o la ridefinizione dei requisiti urbanistici, facilitando, anche attraverso apposite disposizioni urbanistiche o regolamentari, l'utilizzazione commerciale dei locali degli edifici esistenti, anche dal punto di vista dei requisiti igienico-edilizi;

- b) vietare i cambi di destinazione d'uso da attività commerciale, artigianale o pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione delle attività.

9. Nelle aree a rischio di degrado e desertificazione commerciale, i comuni possono dotarsi di strumenti di promozione di servizi di prossimità, comprendenti la realizzazione di centri polifunzionali di servizio.

10. I centri polifunzionali possono prevedere la presenza in unica struttura, o complesso unitario comunque rientrante entro i limiti delle medie strutture di tipo M1, come definite dall'articolo 16, di:

- a) attività di vendita di prodotti vari con valorizzazione delle produzioni agroalimentari e artigianali pugliesi;
- b) servizi per la promozione del territorio;
- c) attività di pubblico esercizio, di vendita di giornali, di servizi di informazione e telecomunicazione, compresi servizi pubblici e di interesse pubblico da affidare in convenzione.

11. I comuni possono prevedere provvidenze per lo sviluppo dei servizi di prossimità e dei centri polifunzionali sotto forma di semplificazioni, esenzione da tributi e contributi alle attività e provvedono a comunicarne la creazione alla Regione per l'eventuale erogazione di contributi regionali.

12. Nell'ambito dei provvedimenti di cui all'articolo 3, la Regione definisce gli adempimenti necessari all'applicazione del presente articolo e le modalità di finanziamento degli interventi.

13. La Regione coordina gli interventi di cui al presente articolo con quelli previsti da altre leggi regionali che possono applicarsi ai medesimi progetti, al fine di assicurare le sinergie fra i diversi canali di finanziamento.

Art. 14

Osservatorio regionale del commercio

1. È istituito l'Osservatorio regionale del commercio.

2. L'Osservatorio regionale opera al fine di garantire la realizzazione del sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva.

3. L'Osservatorio regionale persegue le seguenti finalità:

- a) realizzare un sistema informativo della rete distributiva con la collaborazione dei comuni, per l'utilizzazione dei dati contenuti nella modulistica relativa alle comunicazioni, alle autorizzazioni e alle denunce all'Ufficio del registro delle imprese;
- b) valutare l'andamento delle problematiche della distribuzione commerciale nella Regione, con particolare riguardo ai processi di trasformazione e di innovazione in atto;
- c) fornire le basi conoscitive per la programmazione regionale nel settore del commercio;
- d) valutare il grado di attuazione e l'efficacia degli interventi regionali in materia di commercio;
- e) promuovere l'acquisizione, l'elaborazione e la diffusione delle statistiche per una migliore conoscenza del settore della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alla struttura dell'offerta, alla diffusione delle forme associative e alla consistenza e articolazione delle associazioni di categoria;
- f) diffondere l'informazione sui programmi comunitari e nazionali che contemplino il coinvolgimento di imprese commerciali o loro forme consortili.

4. Il sistema informativo regionale del commercio è finalizzato alla valutazione della consistenza e della evoluzione delle caratteristiche strutturali della rete distributiva al dettaglio, alla comparazione del fenomeno distributivo tra le varie parti del territorio e con la rete distributiva nazionale.

5. In particolare l'osservatorio monitora:

- a) il commercio in sede fissa e le rivendite di giornali e riviste;
- b) il commercio su aree pubbliche;

c) i pubblici esercizi;

d) la rete distributiva dei carburanti.

6. Le modalità per l'organizzazione e il funzionamento dell'Osservatorio regionale, nonché le procedure, i criteri e le modalità di partecipazione dei rappresentanti degli enti locali, delle autonomie funzionali, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti, sono stabilite con apposito provvedimento attuativo. La partecipazione all'Osservatorio avviene a titolo gratuito.

7. I Comuni sono tenuti a fornire alla struttura regionale competente, entro il 30 marzo di ogni anno, la situazione dell'offerta commerciale del comune al 31 dicembre dell'anno precedente, sulla base delle procedure anche telematiche definite dalla Regione, nonché gli strumenti di programmazione approvati dai comuni.

8. I titolari delle autorizzazioni di distribuzione di carburante, i gestori, i comandi provinciali dei vigili del fuoco (VVF), l'ente nazionale per le strade (ANAS), le province, la Città metropolitana di Bari e gli Uffici delle Dogane trasmettono alla Regione i dati relativi alle principali informazioni sulla rete distributiva dei carburanti.

9. L'Osservatorio regionale cura la raccolta e l'aggiornamento di tali dati promuovendo indagini, studi e ricerche per realizzare strumenti d'informazione periodica destinati agli operatori, alle organizzazioni sindacali e professionali, agli istituti di ricerca e alle istituzioni pubbliche.

Art. 15

Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali

1. La Regione favorisce le iniziative volte a promuovere nelle imprese della distribuzione, e in particolare nelle piccole e medie imprese, la diffusione di strumenti, metodologie e sistemi finalizzati a sviluppare i processi di ammodernamento della rete distributiva, migliorando i sistemi aziendali anche attraverso l'ottenimento di certificazioni di qualità e l'incremento del livello tecnologico. La Regione

persegue inoltre la semplificazione del rapporto tra amministrazioni pubbliche e imprese.

2. Ai fini del comma 1, possono essere istituiti centri di assistenza alle imprese (CAT) costituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore commercio a livello provinciale e di Città metropolitana di Bari purché aventi sede legale nel territorio regionale. L'istituzione può essere richiesta, anche con riferimento a un'unica provincia, da associazioni che siano presenti nel relativo consiglio camerale con propri consiglieri in rappresentanza del commercio. La presenza deve risultare dal decreto di assegnazione di cui alla legge 29 dicembre 1993, n. 580 (*Riordinamento delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura*) per i rappresentanti del settore commercio, o che rappresentino almeno il 10 per cento della consistenza delle imprese commerciali risultanti attive nei dati di Unioncamere dell'ultimo anno disponibile.

3. I centri svolgono a favore delle imprese, attività di assistenza tecnica e di formazione e aggiornamento in materia di innovazione tecnologica e organizzativa, gestione economica e finanziaria di impresa, accesso ai finanziamenti anche comunitari, sicurezza e tutela dei consumatori, tutela dell'ambiente, igiene e sicurezza sul lavoro e altre materie eventualmente previste dallo statuto, nonché attività finalizzate alla certificazione di qualità degli esercizi commerciali.

4. Le amministrazioni pubbliche possono avvalersi, tramite apposite convenzioni, dei CAT autorizzati dalla Regione, allo scopo di facilitare il rapporto con le imprese utenti.

5. Attraverso i provvedimenti di cui all'articolo 3 sono definiti:

- a) i requisiti, affinché centri istituiti anche in forma consortile dalle associazioni di categoria del commercio possano essere autorizzati a svolgere attività di assistenza tecnica;
- b) le modalità di autorizzazione regionale ai centri le cui attività di assistenza tecnica devono essere svolte a favore di tutti gli operatori commerciali che ne facciano richiesta;

- c) l'individuazione delle attività di assistenza tecnica considerate prioritarie in relazione alle esigenze delle piccole e medie imprese commerciali;
- d) ogni altra disposizione necessaria alla sollecita istituzione e funzionamento dei CAT;
- e) le modalità con le quali la Regione opera il controllo sui dati di cui al comma 2 e i requisiti minimi delle sedi dei CAT.

TITOLO II COMMERCIO IN SEDE FISSA

Art. 16

Classificazione delle strutture commerciali

1. Il presente articolo definisce la classificazione delle strutture commerciali in sede fissa. Nell'ambito dei provvedimenti attuativi di cui all'articolo 3, possono essere determinate specificazioni alle classificazioni, alla loro applicazione, nonché fissati i limiti massimi di superficie di vendita articolandoli per le diverse classificazioni merceologiche anche in funzione di specifici obiettivi di sviluppo.
2. La programmazione della rete di vendita viene effettuata sulla base della suddivisione dei settori merceologici alimentare e non alimentare.
3. Ai fini della definizione dell'impatto urbanistico e dei relativi standard, il settore non alimentare viene suddiviso in:
 - a) beni per la persona: comprendenti i prodotti non alimentari dei settori commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati;
 - b) altri beni a basso impatto urbanistico: comprendenti i prodotti non alimentari dei settori commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri, commercio di altri autoveicoli, commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli, com-

mercio al dettaglio di ferramenta, vernici, vetro piano e materiale elettrico e termo idraulico, limitatamente ai prodotti e materiali termoidraulici, commercio al dettaglio di articoli igienico-sanitari, commercio al dettaglio di materiali da costruzione, ceramiche e piastrelle, commercio al dettaglio di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura, macchine e attrezzature per il giardinaggio, commercio al dettaglio di natanti e accessori;

- c) altri beni: comprendenti tutti i settori non alimentari non inclusi nelle precedenti lettere a) e b).

4. Nel caso in cui siano commercializzati solo i prodotti del settore beni a basso impatto urbanistico, la superficie di vendita dell'esercizio è calcolata nella misura di 1/10 della superficie di vendita come definita all'articolo 4.

5. Le tipologie dimensionali degli esercizi commerciali sono le seguenti:

- a) esercizi di vicinato con superficie di vendita fino a 250 metri quadrati;
- b) medie strutture di vendita con superficie di vendita compresa tra 251 e 2.500 metri quadrati così articolate:
- 1) M1. medie strutture di livello locale con superficie di vendita da 251 fino a 600 metri quadrati;
 - 2) M2. medie strutture intermedie con superficie di vendita da 601 a 1.500 metri quadrati;
 - 3) M3. medie strutture attrattive con superficie di vendita da 1.501 a 2.500 metri quadrati;
- c) grandi strutture di vendita con superficie di vendita superiore ai 2.500 metri quadrati così articolate:
- 1) G1 grandi strutture inferiori con superficie di vendita da 2.501 a 4.500 metri quadrati;
 - 2) G2 grandi strutture superiori con superficie di vendita maggiore di 4.500 metri quadrati fino a 15.000 metri quadrati.

6. Le modalità insediative degli esercizi commerciali sono le seguenti:

- a) struttura isolata: esercizio che non condivide spazi, accessibilità e servizi con altre strutture commerciali;
- b) centro commerciale: costituito da un insieme di più esercizi commerciali inseriti in una struttura a destinazione specifica, ovvero di una struttura architettonica unitaria, che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente la cui superficie di vendita almeno per il 20 per cento è destinata a esercizi di vicinato e/o medie strutture di vendita;
- c) area commerciale integrata: uno spazio unitario, omogeneo e circoscritto che può comprendere più esercizi commerciali di diversa tipologia e dimensione, ivi compresi i centri commerciali, e attività diverse da quelle commerciali, anche insediati in unità edilizie autonome realizzate contestualmente o in tempi diversi, dotato di servizi esterni comuni quali parcheggi e percorsi pedonali. L'area commerciale integrata deve essere collocata in ambito extraurbano e può essere attraversata anche da viabilità pubblica con l'esclusione delle seguenti tipologie di viabilità, così come già definite dall'articolo 3 del decreto del Ministro dei lavori pubblici 1° aprile 1968, n. 1404 (*Distanze minime a protezione del nastro stradale da osservarsi nella edificazione fuori del perimetro dei centri abitati, di cui all'articolo 19 della legge 6 agosto 1967, n. 765*):
- 1) autostrade;
 - 2) strade di grande comunicazione o di traffico elevato;
 - 3) altre strade statali e strade provinciali o comunali aventi larghezza della sede superiore o uguale a metri 10,50;
- d) parco permanente attrezzato: area con superficie superiore a 20 ettari comprendente strutture stabili per il tempo libero, ricreative, culturali e attività complementari. Il parco permanente attrezzato può includere strutture come definite alle lettere b) e c) a condizione che siano articolate esclusivamente con esercizi di vicinato e medie strutture. La superficie complessiva occupata dalle strutture commer-

ciali non deve essere superiore alla superficie complessiva occupata dagli impianti e dalle attrezzature stabili destinate alle attività ludiche, ricreative e culturali.

7. Le aree commerciali integrate, la cui superficie complessiva di vendita non può comunque superare il limite di superficie di vendita stabilito dai provvedimenti di cui all'articolo 3 devono essere ubicate in aree urbanisticamente idonee e sono così classificate:

- a) piccole: ubicate in un'area con superficie territoriale non superiore a 2 ettari;
- b) intermedie: composte da esercizi di qualsiasi dimensione con esclusione delle strutture di tipo G2 del settore alimentare, ubicate in un'area con una superficie territoriale tra 2 e 5 ettari;
- c) di interesse provinciale: composte da esercizi di qualsiasi dimensione e centri commerciali che occupano più di 5 ettari di superficie territoriale.

8. Le aree commerciali integrate di cui alla lettera a) del comma 7 sono programmate dai comuni con i criteri di cui all'articolo 12.

9. Le aree commerciali di cui alle lettere b) e c) del comma 7 devono essere previste nella programmazione regionale e dagli strumenti urbanistici dei Comuni ed autorizzate secondo le modalità previste dai provvedimenti di cui all'articolo 3.

10. Sono definiti di interesse locale i centri commerciali che hanno una superficie di vendita massima di metri quadrati 4.000 e in cui la superficie di un singolo esercizio non è superiore alla categoria M3. e sono programmati dai comuni con i criteri di cui all'articolo 12.

11. Gli insediamenti di cui ai commi 8 e 10, qualora la superficie di vendita totale superi i metri quadrati 2.500, sono comunque grandi strutture di vendita e vengono autorizzati dal comune con le procedure di cui all'articolo 17, comma 7.

Art. 17

Modalità di apertura, trasferimento e ampliamento degli esercizi

1. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di un esercizio di vicinato sono soggetti a previa SCIA al SUAP competente per territorio.

2. Nella SCIA di cui al comma 1, il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5;
- b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
- c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- d) l'impegno al rispetto del CCNL.

3. L'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di una media o grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal comune competente per territorio.

4. L'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di un centro commerciale e di un'area commerciale integrata necessitano di:

- a) autorizzazione per il centro come tale, in quanto media o grande struttura di vendita, che è richiesta dal suo promotore o, in assenza, congiuntamente da tutti i titolari degli esercizi commerciali che vi danno vita, purché associati per la creazione del centro commerciale;
- b) autorizzazione o SCIA, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.

5. Nella domanda per il rilascio delle autorizzazioni di cui commi 3 e 4, l'interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5;

- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- c) l'eventuale documentazione richiesta ai sensi del comma 8;
- d) l'impegno al rispetto del CCNL.

6. Il comune adotta le norme sul procedimento concernenti le domande relative alle medie strutture di vendita, stabilisce il termine, comunque non superiore ai novanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della l. 241/1990 e s.m. e i.

7. La domanda di autorizzazione per grandi strutture di vendita è inoltrata al SUAP competente per territorio e alla Regione ed è esaminata da una conferenza di servizi indetta dalla Regione, composta dai rappresentanti della Regione, della provincia e del comune competente per territorio. Le deliberazioni della conferenza di servizi sono adottate a maggioranza dei componenti e il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Copia dell'autorizzazione deve essere trasmessa alla Regione.

8. Le norme sulle procedure di valutazione delle domande, anche nel caso di domande concorrenti, e sulla documentazione necessaria alla presentazione, sono contenute nella normativa di cui all'articolo 3 e sono coordinate con quanto previsto dalle norme sulla valutazione dell'impatto ambientale.

9. Le procedure di valutazione sono volte a:
- a) garantire la trasparenza del procedimento e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della l. 241/1990 e s.m.i.;
 - b) garantire l'insediamento in aree adeguate dal punto di vista urbanistico e ambientale;
 - c) garantire la concorrenza tra diverse aree di insediamento al fine di assicurare la migliore qualità degli insediamenti;

- d) definire il termine, comunque non superiore a centottanta giorni dalla richiesta, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego.

10. L'autorizzazione per le aperture, gli ampliamenti e le trasformazioni per grandi strutture di vendita è subordinata a obblighi, impegni e condizioni inclusi in un atto unilaterale d'obbligo nei confronti del comune e della Regione, sottoscritto dal legale rappresentante del soggetto proponente, che contiene l'analitica elencazione degli obblighi, nonché l'impegno del proponente a contribuire alla realizzazione di iniziative di riqualificazione delle aree a rischio di tenuta della rete distributiva.

11. Su richiesta del soggetto proponente la conferenza di servizi, in caso di eccezionale e comprovata necessità, concede, nei limiti di tempo di validità dell'autorizzazione, la rateizzazione delle somme volte a contribuire alla realizzazione di iniziative di riqualificazione delle aree a rischio, previa presentazione di regolare fidejussione.

12. Alle riunioni della conferenza di servizi, svolte in seduta pubblica, partecipano a titolo consultivo i rappresentanti dei comuni contermini e le associazioni e organizzazioni di cui all'articolo 3. Ove il bacino d'utenza riguardi anche parte del territorio di altra regione confinante, la conferenza dei servizi ne informa la medesima e ne richiede il parere non vincolante ai fini del rilascio dell'autorizzazione.

13. La chiusura o la riduzione di superficie di un esercizio commerciale sono soggetti a comunicazione da effettuarsi al SUAP competente per territorio. Nel caso di grandi strutture di vendita copia della comunicazione deve essere inviata anche alla Regione.

14. L'attivazione dell'autorizzazione deve essere effettuata integralmente entro un anno dal rilascio per le medie strutture di vendita ed entro due anni per le grandi strutture di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità. La proroga viene concessa per non più di due volte dal comune competente per territorio, per le grandi strutture di vendita previa riunione della conferenza dei servizi di

cui al comma 7, secondo le procedure previste dai provvedimenti attuativi di cui all'articolo 3.

15. Il cambiamento merceologico dell'esercizio o di parte della sua superficie di vendita è subordinato:

- a) a SCIA, se si tratta di cambiamento di settore o di merceologia in un esercizio di vicinato, di un cambiamento merceologico all'interno del settore non alimentare in una media o grande struttura di vendita. La SCIA necessita di asseverazioni solo per medie e grandi strutture di vendita. Nel caso di inserimento di una fattispecie con maggiore carico urbanistico il cambiamento comporta l'adeguamento degli standard di parcheggio pertinenziale;
- b) ad autorizzazione, se si tratta di un cambiamento in medie e grandi strutture di vendita da settore alimentare a non alimentare o da non alimentare ad alimentare.

16. Nell'ambito dei provvedimenti attuativi di cui all'articolo 3, possono essere introdotte semplificazioni ai regimi di cui al comma 15.

Art. 18

Pianificazione territoriale e urbanistica degli insediamenti commerciali

1. I comuni individuano le aree idonee all'insediamento di strutture commerciali attraverso i propri strumenti urbanistici, in conformità alle finalità di cui all'articolo 2, con particolare riferimento al dimensionamento della funzione commerciale nelle diverse articolazioni previste all'articolo 16.

2. L'insediamento di grandi strutture di vendita e di medie strutture di vendita di tipo M3, è consentito solo in aree idonee sotto il profilo urbanistico e oggetto di piani urbanistici attuativi anche al fine di prevedere le opere di mitigazione ambientale, di miglioramento dell'accessibilità e/o di riduzione dell'impatto socio economico, ritenute necessarie.

Art. 19

Dotazione di aree a parcheggio

1. I comuni, in sede di formazione degli strumenti urbanistici generali o nella revisione di quelli vigenti, provvedono a definire, previa analisi dello stato di fatto e delle previsioni di nuovi insediamenti commerciali, le dotazioni di aree private destinate a parcheggio oltre quelli di legge statale.

2. La dotazione di aree private destinate a parcheggio è stabilita dai provvedimenti di cui all'articolo 3, tenendo conto della dimensione, del settore merceologico e della tipologia insediativa nonché delle specificità dei centri storici e delle zone urbanizzate.

3. I requisiti relativi alle aree destinate a parcheggio devono sussistere anche a seguito di modifiche della superficie di vendita e del settore merceologico, a qualunque titolo intervenute. Il venire meno di tali requisiti determina la revoca dell'autorizzazione commerciale.

4. Al fine di promuovere l'insediamento di attività commerciali nei centri storici e nelle zone urbanizzate, i provvedimenti di cui all'articolo 3, dettano disposizioni particolari per tali aree in merito alla dotazione di parcheggio.

5. Per gli esercizi di vicinato non sono previste dotazioni di aree private a parcheggio.

Art. 20

Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale

1. La presentazione della domanda di autorizzazione per medie o grandi strutture di vendita deve avvenire in maniera coordinata alla richiesta del relativo titolo edilizio. I provvedimenti di cui all'articolo 3, definiscono le modalità di coordinamento tra i due procedimenti.

2. Il rilascio del titolo edilizio avviene in maniera contestuale o successiva al rilascio dell'autorizzazione commerciale.

3. L'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata soltanto in conformità degli strumenti di pianificazione territoriale, paesaggistica e urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standard urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento.

Art. 21

Commercio all'ingrosso

1. L'esercizio dell'attività di commercio all'ingrosso, ivi compreso quello relativo ai prodotti alimentari è subordinato esclusivamente al possesso dei requisiti di onorabilità di cui all'articolo 71, comma 1, del d.lgs. 59/2010.

2. L'esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio è assoggettato al regime abilitativo previsto per l'esercizio del commercio al dettaglio e al rispetto dei requisiti previsti dalla normativa statale e regionale nonché dai regolamenti comunali.

3. Ai fini dell'individuazione del regime abilitativo cui sottoporre l'attività di cui al comma 2, la superficie di vendita dell'esercizio viene determinata dalla somma delle superfici destinate alla vendita al dettaglio e di quelle destinate alla vendita all'ingrosso.

TITOLO III VENDITA DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

Art. 22

Esercizio dell'attività

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è subordinata ad autorizzazione rilasciata dal comune territorialmente competente nel rispetto dei principi e criteri fissati nei provvedimenti previsti all'articolo 12.

Art. 23

Provvedimenti comunali

1. Il comune, nell'ambito dei provvedimenti di cui all'articolo 12, definisce le modalità di apertura e trasferimento di sede degli esercizi di vendita della stampa quotidiana e periodica. In particolare il comune definisce:

- a) i criteri ed i parametri qualitativi per il mantenimento e lo sviluppo della capacità di servizio della rete distributiva di quotidiani e periodici;
- b) servizi aggiuntivi che possono essere erogati dalle rivendite anche in convenzione con i comuni stessi, nell'ambito dell'accoglienza turistica o dei servizi al territorio.

Art. 24

Esenzione dall'autorizzazione

1. E' soggetta alla sola comunicazione al comune competente per territorio:

- a) la vendita nelle sedi di partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- b) la vendita in forma ambulante di quotidiani e periodici di partito, sindacali e religiosi che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale e religiosa;
- c) la vendita, nelle sedi di società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei quotidiani e periodici da esse editi;
- d) la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nei punti vendita di cui al presente titolo III;
- e) la consegna porta a porta e la vendita in forma ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- f) la vendita di quotidiani e periodici nelle strutture turistico-ricettive, ove questa costituisca un servizio ai clienti;
- g) la vendita di quotidiani e periodici all'interno di strutture pubbliche o private, l'accesso alle quali sia soggetto al pagamento di un titolo di ingresso ovvero di abbonamenti periodici e riservato esclusivamente a determinate categorie di soggetti e sia

- regolamentato con qualsiasi modalità;
- h) la vendita di quotidiani e periodici nei centri polifunzionali di cui all'articolo 13.

Art. 25

Modalità di vendita della stampa

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:

- a) per le testate poste in vendita deve essere garantito un adeguato spazio espositivo che per gli esercizi autorizzati in vigore della presente legge non può essere inferiore a metri quadrati 25;
- b) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica è stabilito dall'editore e non può subire variazioni in relazione ai punti vendita che effettuano la rivendita;
- c) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per tutti i punti di vendita;
- d) è vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e di altro materiale a contenuto pornografico;
- e) gli edicolanti possono vendere presso la propria sede qualunque altro prodotto secondo la vigente normativa;
- f) nella vendita di quotidiani e periodici, i punti vendita assicurano parità di trattamento fra le diverse testate;
- g) gli edicolanti possono praticare sconti sulla merce venduta e defalcare il valore del materiale fornito in conto vendita e restituito, nel rispetto del periodo di permanenza in vendita stabilito dall'editore, a compensazione delle successive anticipazioni al distributore;
- h) fermi restando gli obblighi previsti per gli edicolanti a garanzia del pluralismo informativo, la ingiustificata mancata fornitura, ovvero la fornitura ingiustificata per eccesso o difetto, rispetto alla domanda da parte del distributore, costituiscono casi di pratica commerciale sleale ai fini

dell'applicazione delle vigenti disposizioni in materia;

- i) le clausole contrattuali fra distributori ed edicolanti, contrarie alle disposizioni sono nulle per contrasto con norma imperativa di legge e non viciano il contratto cui accedono.

Art. 26

Diffusione gratuita della stampa

1. La diffusione manuale e gratuita della stampa quotidiana e periodica è consentita in zone non adiacenti alle rivendite.

2. L'editore o altro soggetto giuridico che intende distribuire manualmente e in forma gratuita un prodotto editoriale proprio o altrui, ne dà comunicazione contestualmente all'inizio dell'attività, all'Amministrazione comunale territorialmente competente.

TITOLO IV

COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

Capo I

Norme generali

Art. 27

Definizioni e tipologia delle autorizzazioni

1. Per quanto riguarda il commercio su aree pubbliche si intendono per:

- a) aree pubbliche: le strade, le piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio e ogni altra area di qualunque natura destinata a uso pubblico;
- b) commercio su aree pubbliche: le attività di vendita di merci al dettaglio e di somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo o su aree private delle quali il comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;

- c) posteggio: la parte di area pubblica o privata di cui il comune abbia la disponibilità che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività commerciale;
- d) concessione di posteggio: l'atto comunale che consente l'utilizzo di un posteggio nell'ambito di un mercato o di una fiera;
- e) mercato: 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;
- f) mercato straordinario: l'edizione aggiuntiva del mercato che si svolge in giorni diversi e ulteriori rispetto a quelli previsti, senza riassegnazione dei posteggi;
- g) fiera: la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private delle quali il comune abbia la disponibilità di operatori autorizzati a esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività;
- h) fiera straordinaria: la fiera realizzata eccezionalmente in occasione di eventi non ricorrenti;
- i) presenza in un mercato: il numero delle volte che l'operatore si è presentato in tale mercato prescindendo dal fatto che vi abbia potuto o meno svolgere l'attività;
- j) presenze effettive in una fiera: il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato l'attività.

2. Il commercio sulle aree pubbliche può essere esercitato:

- a) su posteggi dati in concessione: tipo A;
- b) in forma itinerante: tipo B.

3. In caso di assenza del titolare del titolo abilitativo, l'esercizio dell'attività è consentito ai dipendenti o soci e collaboratori a condizione che siano in possesso di atto di delega, attestante il rapporto con l'impresa da poter esibire ad ogni richiesta degli organi di vigilanza e controllo.

Art. 28

Caratteristiche e articolazione merceologica delle manifestazioni

1. I comuni possono prevedere l'articolazione merceologica dei posteggi delle fiere e dei mercati, stabilendo vincoli di esclusiva vendita di determinate categorie di prodotti, indipendentemente dal contenuto dell'autorizzazione, nonché prevedere fiere e mercati specializzati nei quali almeno il 60 per cento dei posteggi siano destinati alla vendita del medesimo prodotto o di prodotti affini.

2. Al fine di consentire, nell'ambito dell'Osservatorio regionale del commercio, un monitoraggio sull'andamento del commercio su aree pubbliche, la ripartizione merceologica dei posteggi di cui al comma 1 è effettuata con riferimento alle categorie di prodotti indicate nell'allegato A.

3. Al fine di promuovere o valorizzare specifiche tradizioni, produzioni locali tipiche, attività culturali, prodotti di antiquariato o aventi valore storico o artistico, i comuni possono istituire fiere promozionali con la partecipazione degli operatori su aree pubbliche e alle quali possono partecipare anche altri soggetti purché iscritti nel Registro delle imprese o all'Albo artigiani previsto dalla l.r. 24/2013.

4. Le disposizioni di cui al titolo IV non si applicano alle grandi manifestazioni fieristiche aventi preminenti finalità di promozione su vasta scala e sviluppo di interi comparti e settori economici, alle quali detta qualifica sia espressamente riconosciuta e che risultino inserite nel calendario annuale delle manifestazioni.

Art. 29

Autorizzazione all'esercizio dell'attività con posteggio (tipo A)

1. L'esercizio del commercio su aree pubbliche mediante l'uso di posteggio è soggetta ad autorizzazione rilasciata dal comune dove è ubicato il posteggio. Ciascun singolo posteggio è oggetto di distinta autorizzazione.

2. L'autorizzazione è rilasciata a persone fisiche, a società di capitali, di persone o cooperative regolarmente costituite e in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5. Le autorizzazioni a favore di società sono intestate direttamente a queste.

3. Il rilascio dell'autorizzazione comporta il contestuale rilascio della concessione del posteggio. La durata della concessione è di dodici anni. La Regione nell'ambito dei provvedimenti di cui all'articolo 3 individua le tipologie di posteggio che possono avere una durata delle concessioni minore, ma comunque non inferiore ai sette anni.

4. L'autorizzazione di tipo A, oltre all'esercizio dell'attività con uso di posteggio, consente la partecipazione alle fiere e la vendita in forma itinerante nel territorio nazionale.

5. Nello stesso mercato un medesimo soggetto, persona fisica o società, non può essere titolare di più di due autorizzazioni nel medesimo settore merceologico. Se il numero delle autorizzazioni del mercato è superiore a cento, il numero di autorizzazioni è elevato a tre. Sono fatti salvi, fino alla scadenza della concessione, le autorizzazioni in essere. La Regione individua con le modalità di cui all'articolo 3, le modalità di gestione del regime transitorio.

6. È ammesso in capo a uno stesso soggetto, il rilascio di più autorizzazioni di tipo A per più mercati, anche aventi svolgimento nei medesimi giorni e orari.

7. Nel rispetto delle disposizioni in materia igienico-sanitaria, nonché dei limiti di carattere merceologico disposti dai comuni, l'operatore ha facoltà di utilizzare il posteggio per la vendita di tutti i prodotti oggetto della sua autorizzazione.

Art. 30

Procedura di rilascio delle autorizzazioni di tipo A

1. Le domande di rilascio dell'autorizzazione di tipo A e della relativa concessione di posteggio all'interno di mercati e fiere incluse nella programmazione comunale di settore sono inoltrate al

comune dove si trovano i posteggi, sulla base delle indicazioni previste in apposito bando comunale contenente l'indicazione dei posteggi, la loro ampiezza e ubicazione, le eventuali determinazioni di carattere merceologico e i criteri di priorità di accoglimento delle istanze.

2. Entro il 30 aprile e il 30 settembre di ciascun anno, i comuni fanno pervenire i propri bandi al Servizio regionale competente che provvede all'esame e alla pubblicazione sul Bollettino ufficiale della Regione Puglia entro i successivi trenta giorni.

3. Le domande di rilascio delle autorizzazioni possono essere inoltrate ai comuni a partire dalla data di pubblicazione dei bandi sul Bollettino ufficiale e devono pervenire ai comuni nel termine massimo dei successivi sessanta giorni. Le domande eventualmente pervenute ai comuni fuori detto termine sono respinte e non danno luogo ad alcuna priorità in futuro. L'esito dell'istanza è comunicato agli interessati nel termine non superiore a novanta giorni, a tal fine fissato dai comuni e decorso il quale la stessa istanza deve considerarsi accolta.

4. Il comune esamina le domande regolarmente pervenute e rilascia l'autorizzazione e la contestuale concessione per ciascun posteggio libero sulla base di una graduatoria formulata, tenendo conto nell'ordine, dei seguenti criteri:

- a) maggiore professionalità acquisita, anche in modo discontinuo, nell'esercizio del commercio su aree pubbliche con riferimento all'anzianità di esercizio, ivi compresa quella acquisita nel posteggio oggetto del bando. L'anzianità di impresa è comprovata dall'iscrizione quale impresa attiva al registro delle imprese dal soggetto titolare dell'impresa al momento della partecipazione alla selezione, cumulata con quella del titolare al quale è eventualmente subentrato nella titolarità del posteggio medesimo;
- b) l'assunzione di impegni da parte del soggetto candidato a rendere compatibile il servizio erogato con le condizioni poste dal comune in relazione alla tutela del territorio nei centri storici o in altre aree o edifici aventi valore storico, archeologico,

artistico o ambientale. Tali impegni possono prevedere condizioni particolari nelle merceologie commercializzate o nelle strutture utilizzate;

- c) in caso di parità fra gli operatori valgono i criteri di priorità fissati dal comune negli strumenti di programmazione previsti all'articolo 12.

5. La ripartizione per merceologia dei posteggi nelle fiere e nei mercati può essere disposta esclusivamente dai provvedimenti di cui all'articolo 12.

6. Qualora il comune abbia fatto uso della facoltà di ripartizione dei posteggi nei mercati in relazione a categorie merceologiche, gli interessati nell'istanza specificano uno, più o tutti i posteggi per i quali intendono concorrere e il relativo ordine di preferenza. Sulla base di tali indicazioni, il comune redige distinte graduatorie per ciascun gruppo di posteggi, assegnando gli stessi a coloro che, in ciascuna di esse, risultino averne diritto.

7. Nel caso di soppressione dei posteggi in un mercato, i titolari dei posteggi soppressi hanno priorità assoluta nell'assegnazione di nuovi posteggi comunque disponibili, quale che sia la merceologia trattata.

8. Sono escluse dall'applicazione della procedura di cui al presente articolo e rilasciate dai comuni, secondo propri criteri e modalità, le autorizzazioni e concessioni di posteggio relative ai:

- a) produttori agricoli;
- b) soggetti portatori di handicap o ad associazioni di commercio equo e solidale nei limiti del 5 per cento dei posteggi del mercato.

Art. 31

Esercizio dell'attività in forma itinerante di tipo B

1. L'esercizio del commercio su aree pubbliche di tipo B è soggetta a SCIA da presentarsi al SUAP del comune in cui il richiedente inizia l'attività.

2. Nella SCIA di cui al comma 1, il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5;
- b) il settore o i settori merceologici;
- c) l'impegno al rispetto del CCNL.

3. La SCIA di cui al comma 1, abilita:
- a) all'esercizio del commercio in forma itinerante su tutto il territorio nazionale;
 - b) all'esercizio del commercio nell'ambito delle fiere;
 - c) all'esercizio del commercio nell'ambito dei mercati, limitatamente ai posteggi non assegnati o provvisoriamente non occupati;
 - d) alla vendita a domicilio, come definita all'articolo 4.

4. L'esercizio del commercio in forma itinerante permette di effettuare soste per il tempo necessario a servire la clientela e, con divieto di posizionare la merce sul terreno o su banchi a terra, nel rispetto delle vigenti normative igienico sanitarie.

5. L'esercizio del commercio in forma itinerante può essere interdetto solo in aree previamente determinate dal comune nell'ambito del documento di cui all'articolo 12, comma 4, lettera d) e per motivi di tutela del patrimonio storico, artistico e ambientale, di sicurezza nella circolazione stradale, di tutela igienico-sanitaria, di compatibilità estetica o funzionale rispetto all'arredo urbano o per altri motivi di pubblico interesse.

6. I singoli comuni, anche mediante accordi con altri comuni, possono individuare appositi percorsi e aree ove la permanenza degli operatori itineranti non è sottoposta a vincoli temporali, o a determinate condizioni o in particolari orari.

Capo II

Programmazione del commercio su aree pubbliche

Art. 32

Criteri generali

1. Attraverso il documento di cui all'articolo 12,

il comune può istituire nuovi mercati e fiere ovvero provvedere alla loro modifica e soppressione dopo aver prioritariamente valutato:

- a) il riordino, la riqualificazione, il potenziamento e l'ammodernamento di mercati e fiere già esistenti compreso il loro ampliamento dimensionale, in presenza di idonee aree;
- b) l'aumento, ove è possibile, della frequenza di svolgimento delle fiere e mercati, promuovendo, in particolare, anche la creazione di mercati giornalieri.

2. In deroga al disposto del comma 1, l'istituzione di nuovi mercati è senz'altro ammessa:

- a) nei comuni del tutto privi di mercato;
- b) nelle maggiori frazioni e nuclei abitati dei comuni, con almeno mille abitanti, privi di mercato.

Art. 33

Istituzione di nuovi mercati e fiere

1. Ai fini dell'individuazione delle aree da destinare a nuovi mercati o nuove fiere, i comuni tengono conto:

- a) delle previsioni degli strumenti urbanistici, favorendo le zone in espansione o a vocazione turistica;
- b) dell'esigenza di riequilibrio dell'offerta del commercio su aree pubbliche nelle varie parti del territorio, promuovendo in particolare, la presenza di mercati alimentari rionali di quartiere che limitino la necessità di mobilità degli utenti;
- c) delle esigenze di tutela e valorizzazione del patrimonio archeologico, storico, artistico e ambientale;
- d) delle esigenze di sicurezza stradale, con particolare riguardo alla facilità di accesso degli operatori, anche con automezzo, e dei consumatori, favorendo il decongestionamento delle aree problematiche;
- e) delle dotazioni di opere di urbanizzazione primaria e dei necessari servizi pubblici, parcheggi e fermate di autolinee;
- f) delle esigenze di natura igienico-sanitaria e della possibilità di allaccio alle reti elet-

trica, idrica e fognaria, nonché della necessità di dotare ciascun mercato di servizi igienici in proporzione al numero dei posteggi e all'afflusso dell'utenza;

- g) degli spazi a disposizione, in relazione all'obiettivo di conseguire la dimensione di metri quadrati 32 per posteggio.

2. La scelta del giorno o della data di svolgimento di nuove fiere e mercati è effettuata evitando sovrapposizioni con le iniziative dei Comuni contermini.

3. Per l'istituzione di fiere promozionali, in relazione al presumibile maggiore afflusso dei consumatori, deve tenersi particolare conto delle condizioni di accesso e della presenza di parcheggi.

4. I comuni possono istituire fiere o mercati specializzati.

5. La Regione nell'ambito dei provvedimenti e con le modalità previste all'articolo 3, definisce i criteri di rilascio delle concessioni per mercati e le fiere di nuova istituzione.

Art. 34

Soppressione, riconversione e qualificazione dei mercati e delle fiere

1. La variazione della giornata del mercato, la soppressione definitiva di mercati o fiere può essere disposta dai comuni in presenza delle seguenti condizioni:

- a) numero troppo esiguo di operatori o comunque persistente scarsa funzionalità e attrattività verificatasi con la decadenza del 70 per cento delle concessioni esistenti;
- b) motivi di pubblico interesse o cause di forza maggiore non altrimenti eliminabili.

2. Il comune può disporre lo spostamento definitivo dei mercati e delle fiere o la loro sostituzione con altri mercati o fiere di maggiore o minore numero di posteggi, contestualmente istituiti, esclusivamente nell'ambito dei provvedimenti di cui all'articolo 12. In tale evenienza, l'assegnazione dei

nuovi posteggi spetta, in primo luogo, agli operatori già presenti nei mercati, con scelta effettuata sulla base dei criteri di cui all'articolo 30, comma 4, e senza necessità di esperimento della procedura di cui ai commi 1, 2 e 3 del medesimo articolo 30.

3. Il disposto del comma 2, non si applica al trasferimento temporaneo di mercati.

4. La scelta delle aree per il trasferimento di fiere e mercati è effettuata sulla base dei criteri di cui all'articolo 12, tenuto conto dell'opportunità di favorire la graduale riorganizzazione in aree attrezzate delle manifestazioni che si svolgono su vie e piazze.

5. Lo spostamento di mercati che si svolgono in area urbana è disposto preferibilmente in aree mercatali attrezzate, sempre ricadenti in area urbana.

6. Qualora nell'ambito di un mercato venga a crearsi disponibilità di un posteggio, per rinuncia o decadenza, il comune, avendo garantito nelle forme più idonee, adeguata informazione agli operatori in esso presenti, accoglie eventuali istanze di miglioria o cambio di posteggio, nel rispetto dei criteri di priorità di cui all'articolo 30, comma 4.

7. Per la valorizzazione e la promozione di fiere e mercati specializzati o aventi particolare rilievo promozionale o turistico, i comuni possono stipulare convenzioni con aziende di promozione turistica, pro-loco, altre istituzioni pubbliche, associazioni di categoria degli operatori, comitati feste patronali, consorzi o cooperative di operatori su aree pubbliche, anche prevedenti l'affidamento di fasi organizzative e di gestione, ferma in ogni caso l'esclusiva competenza del comune per la ricezione delle istanze di partecipazione e la definizione delle graduatorie.

8. Per favorire la valorizzazione delle produzioni tipiche regionali, nei mercati con almeno trenta posteggi devono prevedersi, ove non esistenti, almeno due ulteriori posteggi destinati alla vendita di prodotti alimentari tipici di esclusiva provenienza regionale o di artigianato tipico pugliese.

Capo III

Norme per l'esercizio dell'attività

Art. 35

Concessioni temporanee di posteggio

1. Le disposizioni del presente articolo si applicano alle fiere non previste negli strumenti di programmazione comunale, alle fiere straordinarie, promozionali e ai soggetti alle stesse ammessi.

2. Il comune per le manifestazioni di cui al comma 1, rilascia concessioni temporanee di posteggio agli operatori autorizzati all'esercizio del commercio su aree pubbliche nonché, nel caso di fiere promozionali a coloro che sono iscritti al registro delle imprese. Le predette concessioni sono valide soltanto per i giorni in cui hanno luogo tali manifestazioni.

3. Coloro che intendono partecipare alle manifestazioni di cui al comma 1, devono far pervenire al comune ove le stesse si svolgono, almeno sessanta giorni prima della data fissata, istanza di concessione di posteggio valida per i soli giorni della manifestazione, indicando gli estremi del titolo con il quale s'intende partecipare e la merceologia principale trattata.

4. I comuni, decorso il termine per l'inoltro delle istanze, redigono la graduatoria degli aventi diritto, tenuto conto di criteri analoghi a quelli previsti all'articolo 30 per le autorizzazioni di tipo A.

5. Qualora il comune abbia fatto uso della facoltà di ripartizione dei posteggi per merceologia è redatta una distinta graduatoria per ciascun gruppo di posteggi individuato.

6. La graduatoria è affissa all'albo comunale almeno quattordici giorni prima della data fissata per lo svolgimento della fiera.

Art. 36

Assegnazione temporanea di posteggi

1. L'assegnazione temporanea dei posteggi

occasionalmente liberi o in attesa di assegnazione nei mercati è effettuata dal comune, di volta in volta, tenendo conto della maggiore anzianità di presenza nel mercato, determinata in base al numero di volte che l'operatore si è presentato entro l'orario d'inizio previsto e dei criteri di cui all'articolo 30, comma 4, indipendentemente dai prodotti trattati.

2. L'assegnazione temporanea dei posteggi riservati ai soggetti di cui all'articolo 30, comma 8, avviene, in primo luogo, a favore delle medesime categorie di soggetti.

3. Non si fa luogo ad assegnazione temporanea nel caso di posteggi occupati da box ed altre strutture fisse.

4. L'assegnazione nelle fiere di cui all'articolo 35 dei posteggi rimasti liberi, decorsa un'ora dall'orario stabilito per il loro inizio, è effettuata, indipendentemente dai prodotti trattati, sulla base, nell'ordine, dei seguenti criteri:

- a) inserimento di coloro che, pur avendo inoltrato istanza di partecipazione, non sono risultati tra gli aventi diritto, seguendo l'ordine di graduatoria;
- b) inserimento degli altri operatori presenti, secondo i criteri di cui al comma 1.

Art. 37

Esercizio del commercio su aree particolari

1. L'esercizio del commercio su aree pubbliche lungo il lido del mare e la spiaggia, nelle rade e nei porti, è consentito ai titolari di autorizzazione per il commercio su aree pubbliche solo previo permesso dell'autorità marittima competente e alle condizioni da essa previste.

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

3. Il permesso di cui al comma 1, deve risultare da atto scritto datato e sottoscritto dal soggetto autorizzante.

4. Qualora uno o più soggetti mettano a disposizione del comune un'area privata, attrezzata o meno, coperta o scoperta, per l'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, essa può essere inserita fra le aree da utilizzare per fiere e mercati. Coloro che cedono la disponibilità dell'area possono subordinare la sua utilizzazione all'ottenimento di una o più concessioni di posteggio a favore proprio o di terzi a tal fine indicati, da stabilire in sede di convenzione con il comune. Il comune può accogliere la richiesta previa verifica dell'idoneità dell'area e delle altre condizioni generali di cui alla presente legge.

TITOLO V

ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE

Art. 38

Tipologia degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande

1. Gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono costituiti da un'unica tipologia che comprende la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.

2. Gli esercizi di cui al presente articolo hanno facoltà di vendere per asporto i prodotti oggetto dell'attività.

Art. 39

Apertura, ampliamento e trasferimento degli esercizi

1. I comuni, nell'ambito degli strumenti di cui all'articolo 12, individuano le aree in cui l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di somministrazione degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono soggetti ad autorizzazione e a limitazioni per motivi imperativi di interesse generale. Negli altri casi l'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di un'attività di somministrazione è soggetta a SCIA.

2. È fatto obbligo a tutti i soggetti che svolgono attività di somministrazione di alimenti e bevande di esercitarla nel rispetto delle vigenti norme, prescrizioni e autorizzazioni in materia edilizia, urbanistica, igienico-sanitaria e di inquinamento acustico, sulla destinazione d'uso dei locali e degli edifici, nonché delle norme in materia di sicurezza e prevenzione incendi e, qualora trattasi di esercizi aperti al pubblico, di sorvegliabilità.

3. In caso di esercizi soggetti ad autorizzazione, il rispetto delle disposizioni di cui al comma 2, è richiesto ai fini dell'esercizio dell'attività che rimane precluso in assenza di esso, ma non condiziona il rilascio dell'autorizzazione. Entro centottanta giorni dalla data di rilascio dell'autorizzazione, salvo proroga in caso di comprovata necessità, e comunque prima di dare inizio all'attività di somministrazione, il titolare deve porsi in regola con quanto previsto al comma 2. Il comune accerta l'adeguata sorvegliabilità anche nel caso di locali oggetto di ampliamento o di modifiche strutturali. È fatta salva la possibilità per il comune di prevedere l'obbligo del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, al momento del rilascio dell'autorizzazione.

4. Nella SCIA di cui al comma 1, il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5;
- b) il rispetto di quanto previsto al comma 2 del presente articolo;
- c) l'ubicazione e la superficie di somministrazione dell'esercizio;
- d) l'impegno al rispetto del CCNL;
- e) la tipologia di attività di somministrazione: bar, ristorante, attività di trattenimento.

Art. 40

Attività non soggette ad autorizzazione

1. Sono comunque soggette a SCIA, e non ad autorizzazione, le attività di somministrazione di alimenti e bevande da effettuarsi:

- a) negli esercizi annessi ad alberghi, pensioni, locande o ad altri complessi ricettivi;
- b) negli esercizi nei quali la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande viene effettuata congiuntamente ad attività di

spettacolo, trattenimento e svago, in sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, stabilimenti balneari, impianti sportivi, cinema, teatri e altri esercizi similari, nonché in tutti i casi in cui l'attività di somministrazione è esercitata all'interno di strutture di servizio ed è in ogni caso a esse funzionalmente e logisticamente collegata, sempreché alla somministrazione di alimenti e bevande non sia riservata una superficie maggiore rispetto a quella in cui è svolta l'attività cui è funzionalmente e logisticamente collegata. Non costituisce attività di spettacolo, trattenimento e svago la semplice musica di accompagnamento e compagnia;

- c) negli esercizi situati all'interno delle aree di servizio delle strade extraurbane principali e delle autostrade, così come definite dal decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (*Nuovo codice della strada*) nelle stazioni dei mezzi di trasporto pubblico (*ferroviarie, marittime, aeroportuali, auto-stazioni*) e sui mezzi di trasporto pubblico;
- d) negli esercizi posti nell'ambito degli impianti stradali di distribuzione carburanti;
- e) nelle mense aziendali, negli spacci annessi ai circoli cooperativi e degli enti a carattere nazionale le cui finalità assistenziali sono riconosciute dal Ministero dell'interno e nelle altre attività di somministrazione non aperte al pubblico individuate dai comuni;
- f) le attività svolte direttamente, nei limiti dei loro compiti istituzionali e senza fini di lucro, da ospedali, case di cura, case per esercizi spirituali, asili infantili, scuole, case di riposo, caserme, stabilimenti delle forze dell'ordine, strutture d'accoglienza per immigrati o rifugiati e altre simili strutture di accoglienza o sostegno;
- g) nei centri polifunzionali di cui all'articolo 13;
- h) nelle attività svolte in forma temporanea di cui all'articolo 41;
- i) al domicilio del consumatore.

2. I contenuti della SCIA sono quelli previsti all'articolo 39, comma 4.

Art. 41

Attività di somministrazione stagionale e temporanea

1. I comuni stabiliscono le condizioni per l'esercizio dell'attività di somministrazione in forma stagionale, considerandosi tale l'attività svolta per uno o più periodi, nel complesso non inferiori a sessanta giorni e non superiori a duecentoquaranta giorni, per ciascun anno solare.

2. In occasione di fiere, feste, mercati o di altre riunioni straordinarie di persone, l'attività temporanea di somministrazione è soggetta a SCIA presentata nel comune in cui l'attività si svolge. Essa può essere svolta soltanto per il periodo di svolgimento delle predette manifestazioni e per i locali o luoghi cui si riferiscono e se il richiedente risulta in possesso di requisiti di cui all'articolo 5, se designa un responsabile in possesso di medesimi requisiti, incaricato di seguire direttamente lo svolgimento della manifestazione.

3. Per l'esercizio dell'attività di somministrazione di cui al comma 2, si osservano le disposizioni di cui all'articolo 40, comma 2, con esclusione di quelle relative alla destinazione d'uso dei locali e degli edifici.

4. Per lo svolgimento delle attività di somministrazione svolte in forma temporanea, nell'ambito di manifestazioni a carattere religioso, benefico, solidaristico, sociale o politico, non sono richiesti i requisiti di cui all'articolo 71, comma 6, del d.lgs. 59/2010, nonché il rispetto delle norme igienico-sanitarie e in materia di sicurezza.

5. Le attività di somministrazione temporanee non possono avere una durata superiore a quindici giorni anche non consecutivi.

Art. 42

Esercizio di attività accessorie

1. Fermo restando il rispetto delle disposizioni previste dalle leggi di settore, i titoli abilitativi di cui all'articolo 39, concedono la facoltà di installare e utilizzare apparecchi radiotelevisivi e impianti in

genere per la diffusione sonora e di immagini, sempreché i locali non siano appositamente allestiti in modo da configurare lo svolgimento di un'attività di pubblico spettacolo o intrattenimento.

2. Gli stessi titoli abilitativi di cui al comma 1 abilitano, inoltre, all'effettuazione di piccoli trattenimenti musicali senza ballo in sale con capienza e afflusso non superiore a cento persone dove la clientela acceda per la consumazione, senza l'aprestamento di elementi atti a trasformare l'esercizio in locale di pubblico spettacolo o trattenimento e senza il pagamento di biglietto di ingresso o di aumento nei costi delle consumazioni. È comunque fatto salvo il rispetto delle disposizioni vigenti e in particolare, quelle in materia di sicurezza, di prevenzione incendi e di inquinamento acustico.

3. I comuni definiscono le caratteristiche e le modalità di svolgimento dei trattenimenti ai fini dell'applicazione del comma 2.

TITOLO VI**RETE DISTRIBUTIVA DEI CARBURANTI****Capo I****Disposizioni generali**

Art. 43

Definizioni

1. Ai fini dell'applicazione della legge e dei regolamenti si intendono per:

- a) carburanti: le benzine, i gasoli, anche miscelati con i biocarburanti secondo specifiche del CEN (*Comitato europeo di normazione*), il gas di petrolio liquefatto (*GPL*) per autotrazione, il gas metano per autotrazione, l'idrogeno, le miscele di metano-idrogeno, gli altri carburanti originati da fonti energetiche rinnovabili e tutti gli altri carburanti per autotrazione in commercio;
- b) distributore: l'insieme delle attrezzature che permettono il trasferimento del carburante dal serbatoio dell'impianto al serbatoio del mezzo, misurando contempo-

- raneamente i volumi o la quantità trasferiti, ed è composto da:
- 1) una o più pompe o altro sistema di adduzione;
 - 2) uno o più contatori o misuratori;
 - 3) una o più pistole o valvole di intercettazione;
 - 4) le tubazioni che li connettono;
- c) impianto di distribuzione dei carburanti per autotrazione: il complesso commerciale unitario costituito da uno o più distributori e dai carburanti erogabili, con le relative attrezzature, locali e attività accessorie, ubicato lungo la rete stradale ordinaria e lungo le autostrade;
- d) self-service pre-pagamento: il complesso di apparecchiature a moneta, a carta magnetica o a lettura ottica per l'erogazione automatica del carburante di cui l'utente si serve direttamente con pagamento anticipato e per il cui funzionamento non è necessaria l'assistenza di apposito personale;
- e) self-service post-pagamento: il complesso di apparecchiature per l'erogazione automatica del carburante usato direttamente dall'utente, con pagamento effettuato successivamente al prelievo di carburante nelle mani di personale incaricato, il quale provvede al controllo e al comando dell'erogazione mediante apparecchiatura elettronica e cassa centralizzata;
- f) accettatore di carta di credito: l'apparecchio per il pagamento dell'importo relativo all'erogazione dei carburanti mediante carta di credito;
- g) impianto di distribuzione di carburante per unità da diporto e avio a uso pubblico: l'impianto ubicato all'interno delle aree portuali e aeroportuali, destinato all'esclusivo rifornimento delle unità da diporto e degli aeromobili;
- h) impianto di distribuzione di carburante schiavi accise per motovela e motopesca: l'impianto ubicato all'interno delle aree portuali, destinato all'esclusivo rifornimento di coloro che usufruiscono del gasolio a tassazione agevolata;
- i) impianto a uso privato: l'impianto ubicato

- all'interno di aree di proprietà privata o pubblica non aperte al pubblico, quali stabilimenti, cantieri, magazzini e depositi, destinato all'esclusivo rifornimento degli automezzi dei soggetti che ivi esercitano l'attività. Tale impianto può erogare gasolio, benzine, GPL, metano e detenere oli lubrificanti in confezioni regolamentari. L'erogazione del carburante avviene con apparecchiature automatiche, per aspirazione, a caduta o con qualsiasi mezzo non automatico comunque provvisto di un sistema di misurazione dell'erogato in litri o altra unità di misura;
- j) superficie totale (ST): l'area occupata dall'impianto di distribuzione dei carburanti per autotrazione;
- k) superficie coperta (SC): la proiezione orizzontale delle superfici lorde dei fabbricati fuori terra;
- l) indice di copertura: il rapporto tra SC e ST, con esclusione della SC dalle pensiline poste a protezione dei distributori;
- m) altezza massima: la massima tra le altezze delle diverse parti del prospetto in cui può essere scomposto l'edificio, misurata dalla linea di terra a terreno sistemato alla linea di copertura.

Art. 44

Esercizio delle funzioni da parte dei comuni

1. I comuni esercitano le funzioni amministrative concernenti il rilascio delle autorizzazioni per l'installazione e l'esercizio per i nuovi impianti, nel rispetto del titolo VI e di quanto previsto dai provvedimenti di cui all'articolo 3.
2. Il SUAP è competente alla procedura per il rilascio del provvedimento autorizzativo unico (PAU) che deve essere inviato in copia al Servizio regionale competente.
3. I comuni, entro quindici anni dalla data di autorizzazione o dalla precedente verifica, accertano l'idoneità tecnica degli impianti ai fini della sicurezza sanitaria e ambientale.

Art. 45

Tipologie e attività commerciali integrative

1. Al fine del miglioramento delle condizioni ambientali attraverso la promozione della diffusione dei carburanti ecocompatibili, tutti i nuovi impianti devono essere dotati almeno di un prodotto ecocompatibile GPL o metano, a condizione che non vi siano ostacoli tecnici o oneri economici eccessivi e non proporzionali alle finalità dell'obbligo, come definiti nei provvedimenti di cui all'articolo 3.

2. Tutti gli impianti devono essere dotati dell'apparecchiatura self-service pre-pagamento.

3. I nuovi impianti, nonché quelli esistenti ristrutturati, possono inoltre essere dotati, oltre che di autonomi servizi all'automobile e all'automobilista, autolavaggio, auto parking, officine, anche di autonome attività commerciali integrative su superfici non superiori a quelle definite per gli esercizi di vicinato, di attività di somministrazione alimenti e bevande, di attività artigianali, di rivendite di tabacchi e di punti vendita non esclusivi di stampa quotidiana e periodica. L'esercizio delle rivendite di tabacco è subordinato al rispetto delle norme e delle prescrizioni tecniche che disciplinano lo svolgimento di tali attività presso impianti di distribuzione dei carburanti.

4. I provvedimenti di cui all'articolo 3, possono prevedere ulteriori specificazioni in ordine alle attrezzature dell'area di rifornimento, alla dotazione di pensiline di copertura con sistemi idonei all'efficienza energetica e all'utilizzo delle fonti rinnovabili, alla presenza di adeguati servizi igienico-sanitari per gli utenti anche in condizioni di disabilità, di locali necessari al ricovero del gestore, di sistemi di sicurezza pubblica (*videosorveglianza*), nonché di aree a parcheggio per gli autoveicoli.

Art. 46

Modifica e ristrutturazione degli impianti

1. Costituisce modifica all'impianto:

- la variazione del numero di colonnine;
- la sostituzione di distributori con altri a erogazione doppia o multipla;

- l'aggiunta di prodotti non erogati con installazione di nuove attrezzature;
- il cambio di destinazione dei serbatoi e/o delle colonnine erogatrici;
- la variazione del numero e/o della capacità di stoccaggio dei serbatoi;
- la ristrutturazione comportante il mutamento della dislocazione di tutte le parti costitutive dell'impianto;
- l'installazione di dispositivi self-service post-pagamento;
- l'installazione di dispositivi self-service pre-pagamento;
- la detenzione e/o aumento di stoccaggio degli oli lubrificanti;
- la trasformazione delle modalità di rifornimento dell'impianto di metano autotrazione da carro bombolaio a stazione di vendita alimentata da metanodotto o viceversa.

2. Le modifiche sono realizzate nel rispetto della normativa vigente, in particolare in ordine agli aspetti fiscali, sanitari, ambientali, stradali, di sicurezza antincendio, urbanistici, di tutela dei beni storici e artistici, con le modalità previste dai provvedimenti di cui all'articolo 3.

3. La detenzione e/o aumento degli oli esausti, del gasolio per uso riscaldamento dei locali e di tutti gli altri prodotti petroliferi non destinati alla vendita al pubblico non costituisce modifica all'impianto ma ne deve essere data comunicazione, ai fini conoscitivi al comune, al Comando provinciale dei VV.F. e all'Ufficio delle Dogane.

Capo II**Impianti autostradali, a uso privato, marini e di pubblica utilità**

Art. 47

Impianti autostradali

1. Le funzioni amministrative in materia di impianti di distribuzione carburanti lungo le autostrade e i raccordi autostradali sono di competenza della Regione. Le relative concessioni sono rilasciate

dalla Regione, nel quadro della programmazione territoriale regionale, come definite all'articolo 3.

Art. 48

Impianti di distribuzione a uso privato e contenitori-distributori rimuovibili

1. L'installazione e l'esercizio di impianti di distribuzione carburanti per uso autotrazione a uso privato sono autorizzati, esclusivamente per il rifornimento di automezzi, mezzi da lavoro, di proprietà delle imprese produttive o di servizi, a eccezione di quelli appartenenti ad amministrazioni dello Stato, ubicati all'interno di stabilimenti, cantieri, magazzini e simili, nel rispetto delle prescrizioni disposte dalla presente legge e dei criteri e parametri definiti nei provvedimenti di cui all'articolo 3.

2. Sono individuati ed autorizzati come impianti a uso privato anche quelli utilizzati dalle imprese per il rifornimento di automotrici ferroviarie, di autovetture impiegate per l'attività di autonoleggio e di veicoli alimentati a metano appartenenti a flotte aziendali e impiegate per servizi di pubblica utilità.

3. L'installazione ed esercizio di contenitori-distributori rimovibili a uso privato per liquidi di categoria "C", di cui ai decreti del Ministro dell'interno 19 marzo 1990, n. 199000 (*Norme per il rifornimento di carburanti, a mezzo contenitori-distributori mobili, per macchine in uso presso aziende agricole, cave e cantieri*) e 12 settembre 2003, n. 11849 (*Approvazione della regola tecnica di prevenzione incendi per l'installazione e l'esercizio di depositi di gasolio per autotrazione a uso privato, di capacità geometrica non superiore a 9 m³, in contenitori-distributori rimovibili per il rifornimento di automezzi destinati all'attività di autotrasporto*), nel rispetto del regolamento recante semplificazione della disciplina dei procedimenti relativi alla prevenzione degli incendi, a norma dell'articolo 49, comma 4-quater, del decreto-legge 31 maggio 2010, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla legge 30 luglio 2010, n. 122, emanato con decreto del Presidente della Repubblica 1° agosto 2011, n. 151, inerenti il rifornimento di macchine e automezzi all'interno di aziende agricole, di cave per estrazione di materiali e di cantieri stradali, ferroviari, edili e per il riforni-

mento di automezzi destinati all'attività di autotrasporto, è soggetta ad apposita SCIA al comune competente per territorio. L'utilizzo degli stessi non necessita di collaudo.

Art. 49

Impianti marini

1. Gli impianti utilizzati esclusivamente per il rifornimento di unità da diporto o per buncheraggio navi e motopesca sono autorizzati dal comune alle medesime condizioni e nel rispetto della disciplina applicabile agli impianti di distribuzione sulla rete stradale in deroga ai requisiti di cui all'articolo 45.

2. Gli impianti sono adibiti all'esclusivo rifornimento delle unità da diporto e devono essere ubicati in posizione tale da non consentire il rifornimento ai veicoli stradali.

Art. 50

Autorizzazione al prelievo di carburanti

1. Gli operatori economici e gli altri utenti che hanno necessità di rifornire i propri mezzi direttamente sul posto di lavoro devono essere in possesso dell'autorizzazione di durata annuale, rinnovabile, rilasciata dal comune in cui operano.

2. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato alla dichiarazione da parte del richiedente del numero e identificazione dei mezzi da rifornire, degli impianti stradali da utilizzare per il rifornimento e all'utilizzo di regolamentari contenitori nel rispetto delle norme di sicurezza.

Art. 51

Impianti di pubblica utilità in aree svantaggiate

1. Sono ritenuti di pubblica utilità:

- a) l'impianto ubicato in un comune montano, frazione o altra località la cui distanza da altri impianti è tale da compromettere il servizio di erogazione della distribuzione dei carburanti per uso autotrazione;

- b) l'impianto che costituisce l'unico punto di rifornimento esistente nel comune.

2. Il comune, per esigenze di pubblica utilità e per il tempo strettamente necessario alla realizzazione di un nuovo impianto, può autorizzare la prosecuzione dell'attività di un impianto ricadente nella fattispecie di cui al comma 1, anche se lo stesso risulta incompatibile.

Capo III
Collaudo stato di conservazione,
vigilanza e controllo

Art. 52
Collaudo

1. I nuovi impianti e quelli totalmente ristrutturati non possono essere posti in esercizio prima dell'effettuazione del collaudo da parte dell'apposita commissione comunale. Le risultanze del collaudo devono essere trasmesse alla Regione.

2. Il collaudo è predisposto dal comune competente mediante costituzione di una commissione composta da due rappresentanti del comune con funzioni di presidente e segretario, da un funzionario regionale della struttura competente in materia di carburanti, da un rappresentante del Comando provinciale VVF, dell'Ufficio delle Dogane e può essere integrata con un rappresentante della ASL e dell'ente proprietario della strada, competenti per territorio.

3. Ai singoli componenti la commissione spetta, per ogni collaudo, un rimborso spese forfettario il cui importo è stabilito dai provvedimenti di cui all'articolo 3. Le spese di collaudo sono a carico della ditta richiedente.

Art. 53
Impianto ed esercizio provvisorio

1. Il comune su richiesta del titolare, può rilasciare l'autorizzazione all'esercizio provvisorio per un periodo non superiore a centottanta giorni,

secondo i criteri e le modalità stabilite dai provvedimenti di cui all'articolo 3.

Art. 54
Termine per ultimazione dei lavori

1. I lavori per la realizzazione di nuovi impianti, devono essere ultimati entro il termine massimo di due anni dal rilascio dell'autorizzazione.

2. Il termine di cui al comma 1, in presenza di comprovata e documentata necessità, può essere prorogato per ulteriori mesi dodici, ovvero, in caso di documentata causa di forza maggiore, per tutta la durata dell'impedimento.

3. Entro il termine di ultimazione dei lavori deve essere presentata la domanda di collaudo al comune competente.

Art. 55
Stato di conservazione degli impianti

1. Per assicurare e garantire la continuità e regolarità del servizio di distribuzione automatica di carburanti per uso autotrazione, le attrezzature degli impianti devono essere mantenute in perfetto stato di efficienza e di conservazione anche ai fini dell'estetica e del decoro.

Art. 56
Vigilanza e controllo

1. La vigilanza sull'applicazione della presente legge è esercitata dai comuni, nonché da funzionari della struttura regionale competente in materia di carburanti. I titolari delle autorizzazioni e i gestori devono consentire agli stessi, il libero accesso agli impianti fornendo le informazioni del caso e la necessaria documentazione.

2. La Regione, in caso di mancato rispetto o violazione dei termini previsti per l'esercizio delle funzioni amministrative di cui alla presente legge, nell'esercizio delle funzioni di vigilanza di cui al comma 1, può diffidare i comuni ad adottare i provvedi-

menti idonei ad assicurare il rispetto dei termini e delle norme violate.

3. Restano fermi i controlli di natura fiscale e quelli attinenti alla tutela della sicurezza e incolumità pubblica, nonché alla sicurezza sanitaria, ambientale e stradale demandati alle amministrazioni competenti.

TITOLO VII FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO

Art. 57 *Spacci interni*

1. La vendita di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi è soggetta ad apposita SCIA al comune competente per territorio e deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico che non abbiano accesso dalla pubblica via.

2. Nella SCIA sono dichiarati la sussistenza dei requisiti di cui all'articolo 5, la persona preposta alla gestione dello spaccio, il rispetto delle norme in materia di idoneità dei locali, il settore merceologico, l'ubicazione e la superficie di vendita.

Art. 58 *Apparecchi automatici*

1. La vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici è soggetta ad apposita SCIA al comune competente per territorio.

2. Nella SCIA sono dichiarati la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, il settore merceologico e l'ubicazione, nonché, se l'apparecchio automatico viene installato sulle aree pubbliche, l'osservanza delle norme sull'occupazione del suolo pubblico.

3. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale a essa adibito in modo

esclusivo è soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita.

4. La SCIA di cui al comma 1, è obbligatoria nel caso di inizio attività e prima installazione di apparecchi nel comune. In caso di intervenute variazioni, il titolare dell'attività, entro sei mesi dalle stesse, invia al comune un prospetto aggiornato degli impianti installati con indicazione delle ubicazioni e dei settori merceologici.

5. L'installazione di distributori automatici per la somministrazione di alimenti e bevande in locali esclusivamente adibiti a tale attività e all'uopo attrezzati è soggetta alle disposizioni concernenti l'autorizzazione degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande.

6. È vietata la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.

Art. 59 *Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione*

1. La vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione e commercio elettronico è soggetta a previa SCIA al comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale.

2. È vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta. È consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi, senza spese o vincoli per il consumatore.

3. Nella SCIA di cui al comma 1, è dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 e il settore merceologico di attività.

4. Nei casi in cui le operazioni di vendita siano effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva accerta, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attività sia in possesso dei requisiti prescritti dalla presente legge per l'esercizio della vendita al dettaglio. Durante la trasmissione devono essere indicati il nome e la denominazione o la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscri-

zione al registro delle imprese e il numero della partita IVA. Agli organi di vigilanza è consentito il libero accesso al locale indicato come sede del venditore.

5. Le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione sono vietate.

6. Chi effettua le vendite tramite televisione per conto terzi deve essere in possesso della licenza prevista dall'articolo 115 del *testo unico delle leggi di pubblica sicurezza*, approvato con regio decreto 18 giugno 1931, n. 773.

7. Alle vendite di cui all'articolo 59 si applicano altresì le disposizioni di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (*Codice di consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229*).

Art. 60

Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori

1. La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori è soggetta a previa SCIA al comune nel quale l'impresa ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale, se società.

2. Nella SCIA sono dichiarati la sussistenza dei requisiti di cui all'articolo 5 ed il settore merceologico di attività.

3. L'impresa che intende avvalersi di incaricati per l'esercizio dell'attività, ne comunica l'elenco all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attività dei medesimi. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5.

4. L'impresa di cui al comma 1, rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate, che deve ritirare non appena esse perdano i requisiti richiesti.

5. Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 4, deve essere numerato e aggiornato annual-

mente, deve contenere le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, nonché del nome del responsabile dell'impresa stessa e la firma di quest'ultimo e deve essere esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.

6. Le disposizioni concernenti gli incaricati, si applicano anche nel caso di operazioni di vendita a domicilio del consumatore effettuate dal commerciante sulle aree pubbliche in forma itinerante.

7. Il tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4 e 5, è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua personalmente le operazioni disciplinate dal presente articolo.

8. Alle vendite di cui al presente articolo, si applicano altresì le disposizioni di cui al d.lgs. 206/2005.

9. L'esibizione o illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi altra forma di propaganda commerciale presso il domicilio del consumatore, così come definito all'articolo 4, sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati e sul tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4, 5, 6 e 8.

TITOLO VIII

SANZIONI E NORME FINALI

Art. 61

Sanzioni

1. La competenza per le violazioni di cui alla presente legge è del comune nel quale hanno avuto luogo. Allo stesso comune pervengono i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta ovvero da ordinanze di ingiunzioni di pagamento.

2. Il comune è competente alla vigilanza e al provvedimento sanzionatorio di cui all'articolo 180 del regio decreto 6 maggio 1940, n. 635 (*Approvazione del regolamento per l'esecuzione del testo unico 18 giugno 1931-IX, n. 773 delle leggi di pubblica sicurezza*).

3. Chiunque eserciti l'attività di commercio al dettaglio in sede fissa, le forme speciali di vendita, le vendite straordinarie e promozionali, l'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica, di somministrazione di alimenti e bevande, la distribuzione di carburanti e di commercio su aree pubbliche senza autorizzazione o altro titolo abilitativo previsto, ovvero senza i requisiti di cui all'articolo 5, è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro duemilacinquecento a euro 15 mila e alla chiusura immediata dell'esercizio.

4. Nel caso di operatori su aree pubbliche la chiusura è integrata dal sequestro cautelare delle attrezzature e delle merci e alla successiva confisca delle stesse, nonché degli automezzi usati dai sanzionati, ai sensi della legge 24 novembre 1981 n. 689 (Modifiche al sistema penale).

5. Per i distributori di carburante a uso pubblico, il comune dispone inoltre la rimozione delle attrezzature e il ripristino dei luoghi con spese a carico dei trasgressori.

6. Le violazioni alle prescrizioni della presente legge, diverse da quelle considerate ai commi 3, 4 e 5, sono punite con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro cinquecento a euro 3 mila.

7. In caso di particolare gravità o di recidiva, la competente autorità comunale dispone, altresì, la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non inferiore a tre e non superiore a venti giorni lavorativi. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.

8. Le attività di somministrazione di cui all'articolo 38, possono essere sospese anche quando venga meno la sorvegliabilità dei locali. L'attività è sospesa per una durata non inferiore a tre giorni e non superiore a novanta giorni, termine entro il quale, salvo proroga in caso di comprovata necessità e previa motivata istanza, il titolare può riprendere l'attività, ripristinati i requisiti mancanti.

9. L'attività è sospesa fino a tre giorni, nel caso in cui l'esercente non rispetti gli orari e le indicazioni operative decise dai comuni per la tutela degli abitati delle aree limitrofe.

10. Per accertati motivi di pubblico interesse o per evidenti ragioni di sicurezza, il comune può disporre la sospensione dell'impianto di distribuzione di carburanti su strada.

11. Qualora le fattispecie di cui ai commi 3 e 7, avvengano in un esercizio di somministrazione, si applicano anche le disposizioni di cui agli articoli 17 ter e 17 quater del r.d. 773/1931 (*testo unico delle leggi di pubblica sicurezza*).

Art. 62

Sospensione, decadenza e revoca delle autorizzazioni

1. Il titolare può sospendere volontariamente la propria autorizzazione dandone comunicazione al comune, fino al periodo massimo di un anno, salvo proroga del termine in caso di comprovata necessità e motivata richiesta dell'interessato.

2. I titolari degli impianti di distribuzione di carburanti su area autostradale non possono sospendere l'attività dell'esercizio.

3. L'autorizzazione è revocata:

a) qualora il titolare:

1. chiuda volontariamente l'attività;
2. non avvii l'attività entro sei mesi dalla data del rilascio dell'autorizzazione; periodo esteso a un anno per le medie strutture di vendita e due anni per le grandi strutture di vendita;
3. non osservi i provvedimenti di sospensione dell'autorizzazione o non ripristini i requisiti mancanti nei termini previsti;
4. sospenda l'attività per un periodo superiore al massimo previsto al comma 1;
5. in possesso di autorizzazione su aree pubbliche di tipo A, non utilizzi il posteggio assegnato all'interno di una

fiera per due manifestazioni consecutive, fatti salvi i casi di forza maggiore documentati dall'interessato;

6. in possesso di autorizzazione su aree pubbliche di tipo A, non utilizzi il posteggio assegnato per periodi superiori complessivamente a 1/3 delle giornate previste per ciascun anno solare, fatti salvi i casi di forza maggiore documentati dall'interessato;
7. rifornisca da un impianto marino il carburante a veicoli stradali;
8. rifornisca da un impianto a uso privato il carburante a terzi;

- b) nei casi stabiliti dal comune per motivi di pubblico interesse;
- c) qualora l'impianto di distribuzione di carburante non risulti adeguabile a seguito di verifica di compatibilità da parte del comune.

4. La Regione può richiedere al comune, la chiusura di un esercizio non in possesso dell'autorizzazione per grande struttura di vendita ovvero la revoca dell'autorizzazione rilasciata in maniera non conforme alla presente legge.

5. In caso di mancata attuazione di quanto previsto al comma 4, la Regione decorsi novanta giorni dalla data della richiesta, nomina a carico del comune inadempiente, un commissario ad acta per l'attuazione dei necessari provvedimenti.

6. Il comune, avuta notizia di una delle fattispecie di revoca, la comunica all'interessato fissando un termine di trenta giorni per le eventuali controdeduzioni, decorso il quale adotta il provvedimento conseguente.

7. L'attivazione degli impianti di distribuzione carburanti resta disciplinata dal capo III.

Art. 63

Abrogazioni e disapplicazioni

1. Sono abrogate le seguenti norme:
 - a) legge regionale 1° agosto 2003, n. 11 (*Nuova disciplina del commercio*);

- b) legge regionale 24 luglio 2001, n. 18 (*Disciplina del commercio su aree pubbliche*);
- c) legge regionale 13 dicembre 2004, n. 23 (*Razionalizzazione e ammodernamento della rete distributiva dei carburanti*).

2. A seguito dell'entrata in vigore della presente legge, cessa di avere diretta applicazione nella Regione Puglia la l. 287/1991, fatto salvo il comma 2, dell'articolo 4, con riferimento alle autorizzazioni di cui all'articolo 41 della presente legge.

3. Sono fatte salve le disposizioni di cui all'articolo 152 del r.d. 635/1940, come modificato dall'articolo 2 del regolamento per la semplificazione dei procedimenti relativi ad autorizzazioni per lo svolgimento di attività disciplinate dal testo unico delle leggi di pubblica sicurezza nonché al riconoscimento della qualifica di agente di pubblica sicurezza (numeri 77, 78 e 108, Allegato 1 della legge n. 59/1997 e numeri 18, 19, 20 e 35, Allegato 1 della legge n. 50/1999) emanato con decreto del Presidente della Repubblica 28 maggio 2001, n. 311, e le disposizioni in materia di sorvegliabilità dei locali adibiti a pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande, nonché ogni altra disposizione statale in materia di ordine pubblico e sicurezza.

Art. 64

Disposizioni transitorie e finali

1. In attesa dell'approvazione dei provvedimenti di cui all'articolo 3, comma 1, rimangono in vigore i regolamenti vigenti in quanto applicabili.

2. Fino alla data di approvazione da parte del comune, dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni su aree pubbliche di cui all'articolo 12, non possono essere:

- a) rilasciate nel comune nuove autorizzazioni di tipo A;
- b) istituiti o ampliati di numero di posteggi o trasferiti di luogo fiere e mercati;
- c) operate ripartizioni dei posteggi per merceologia.

3. Ai fini della commercializzazione restano salve le disposizioni concernenti la vendita di prodotti previsti da leggi speciali.

4. Le domande di autorizzazione alla realizzazione di un nuovo impianto di distribuzione di carburanti presentate prima della data di entrata in vigore della presente legge, sono esaminate e decise sulla base delle disposizioni vigenti al momento della presentazione.

5. I titolari di un'autorizzazione ai sensi dell'articolo 3 della l. 287/1991, previo aggiornamento dell'autorizzazione sanitaria, hanno diritto a estendere la propria attività secondo quanto previsto all'articolo 38, senza che risulti necessaria la conversione del titolo autorizzatorio.

6. Il titolare di autorizzazioni di cui all'articolo 5, comma 1, lettere a) b) e d), della l. 287/1991, per uno stesso esercizio ha diritto, sussistendone le condizioni, di attivare in locali diversi o cedere, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, i diversi rami d'azienda e il subentrante ha diritto all'intestazione della relativa autorizzazione.

7. Al rinnovo delle autorizzazioni di concessione di posteggio in scadenza del periodo 2017 - 2020 si applicano i criteri previsti dalla deliberazione della Giunta regionale 28 marzo 2013, n. 568 *"Indirizzi unitari delle Regioni e province autonome per l'attuazione dell'Intesa della Conferenza Unificata del 05/07/2012, ex art. 70 comma 5 del D.L.gs. 59/2010 in materia di aree pubbliche - Presa d'Atto"*.

8. Il comune rilascia l'autorizzazione di tipo A, con scadenza 5 luglio 2017, agli operatori che abbiano occupato negli ultimi tre anni lo stesso posteggio nella fiera. Dopo la data del 5 luglio 2017 si applicano le procedure previste all'articolo 30.

9. Sono confermate le disposizioni previste dalla legge regionale 31 dicembre 2012, n. 41 (*Ampliamento offerta prodotti nei punti vendita esclusivi di stampa quotidiana e negli esercizi commerciali*).

La presente legge è pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione ai sensi e per gli effetti dell'art. 53, comma 1 della L.R. 12/05/2004, n° 7 "Statuto della Regione Puglia". E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e farla osservare come legge della Regione Puglia.

Data a Bari, addì 16 aprile 2015

VENDOLA

ALLEGATO A**Categorie merceologiche utilizzabili per la ripartizione dei posteggi nelle fiere e nei mercati**

- 1) alimentari in genere, carni e prodotti a base di carni;
- 2) prodotti alimentari tipici di provenienza pugliese;
- 3) frutta e verdura;
- 4) pesci, crostacei e molluschi;
- 5) pane, pasticceria e dolci;
- 6) bevande;
- 7) cosmetici e articoli di profumeria;
- 8) prodotti tessili, biancheria;
- 9) articoli di abbigliamento e pellicceria;
- 10) accessori dell'abbigliamento;
- 11) calzature e articoli in cuoio;
- 12) mobili, articoli di illuminazione;
- 13) casalinghi;
- 14) elettrodomestici, radio TV;
- 15) dischi, musicassette e strumenti musicali;
- 16) ferramenta, vernici, giardinaggio, articoli igiene-co-sanitari e da costruzione;
- 17) libri, giornali, cartoleria;
- 18) fiori e piante;
- 19) animali e articoli per l'agricoltura;
- 20) accessori per auto-moto-cicli;
- 21) prodotti dell'artigianato tipico pugliese;
- 22) altri prodotti.

INDICE**TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI****Capo I - Principi generali**

- Art. 1 Oggetto
- Art. 2 Finalità
- Art. 3 Articolazione dell'intervento regionale
- Art. 4 Definizioni generali
- Art. 5 Requisiti di accesso ed esercizio dell'attività
- Art. 6 Subentro nella gestione

Capo II - Norme generali sulla vendita

- Art. 7 Pubblicità dei prezzi
- Art. 8 Vendite straordinarie
- Art. 9 Orari di apertura e di chiusura
- Art. 10 Gestione di reparto

Capo III - Programmazione della rete distributiva

- Art. 11 Contenuti dei documenti regionali di indirizzo e programmazione
- Art. 12 Strumenti comunali di programmazione e incentivazione

Capo IV - Strumenti di promozione del commercio

- Art. 13 Sviluppo e promozione del commercio
- Art. 14 Osservatorio regionale del commercio
- Art. 15 Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali

TITOLO II - COMMERCIO IN SEDE FISSA

- Art. 16 Classificazione delle strutture commerciali
- Art. 17 Modalità di apertura, trasferimento e ampliamento degli esercizi
- Art. 18 Pianificazione territoriale e urbanistica degli insediamenti commerciali
- Art. 19 Dotazione di aree a parcheggio
- Art. 20 Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale
- Art. 21 Commercio all'ingrosso

TITOLO III - VENDITA DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

- Art. 22 Esercizio dell'attività
- Art. 23 Provvedimenti comunali
- Art. 24 Esenzione dall'autorizzazione
- Art. 25 Modalità di vendita della stampa
- Art. 26 Diffusione gratuita della stampa

TITOLO IV - COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**Capo I - Norme generali**

- Art. 27 Definizioni e Tipologia delle autorizzazioni
- Art. 28 Caratteristiche e articolazione merceologica delle manifestazioni
- Art. 29 Autorizzazione all'esercizio dell'attività con posteggio (tipo A)
- Art. 30 Procedura di rilascio delle autorizzazioni di tipo A
- Art. 31 Esercizio dell'attività in forma itinerante (tipo B)

Capo II - Programmazione del commercio su aree pubbliche

- Art. 32 Criteri generali
- Art. 33 Istituzione di nuovi mercati e fiere
- Art. 34 Soppressione, riconversione e qualificazione dei mercati e delle fiere

Capo III - Norme per l'esercizio dell'attività

- Art. 35 Concessioni temporanee di posteggio
- Art. 36 Assegnazione temporanea di posteggi
- Art. 37 Esercizio del commercio su aree particolari

TITOLO V - ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE

- Art. 38 Tipologia degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande
- Art. 39 Apertura, ampliamento e trasferimento degli esercizi
- Art. 40 Attività non soggette ad autorizzazione
- Art. 41 Attività di somministrazione stagionale e temporanea
- Art. 42 Esercizio di attività accessorie

TITOLO VI - RETE DISTRIBUTIVA DEI CARBURANTI**Capo I - Disposizioni generali**

- Art. 43 Definizioni specifiche
- Art. 44 Esercizio delle funzioni da parte dei Comuni
- Art. 45 Tipologie e attività commerciali integrative
- Art. 46 Modifica e ristrutturazione degli impianti

Capo II - Impianti autostradali, a uso privato, marini e di pubblica utilità

- Art. 47 Impianti autostradali
- Art. 48 Impianti di distribuzione a uso privato e contenitori-distributori rimovibili

Art. 49 Impianti marini

Art. 50 Autorizzazione al prelievo di carburanti

Art. 51 Impianti di pubblica utilità in aree svantaggiate

Capo III - Collaudo stato di conservazione, vigilanza e controllo

Art. 52 Collaudo

Art. 53 Impianto ed esercizio provvisorio

Art. 54 Termine per ultimazione dei lavori

Art. 55 Stato di conservazione degli impianti

Art. 56 Vigilanza e controllo

TITOLO VII - FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO

Art. 57 Spacci interni

Art. 58 Apparecchi automatici

Art. 59 Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione

Art. 60 Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori

TITOLO VIII- SANZIONI E NORME FINALI

Art. 61 Sanzioni

Art. 62 Sospensione, decadenza e revoca delle autorizzazioni

Art. 63 Abrogazioni e disapplicazioni

Art. 64 Disposizioni transitorie e finali

ALLEGATO A Categorie merceologiche utilizzabili per la ripartizione dei posteggi nelle fiere e nei mercati