Avvertenze: il testo vigente qui pubblicato è stato redatto dall'ufficio legislativo del Presidente della Giunta regionale al solo fine di facilitare la lettura delle disposizioni della legge, integrata con le modifiche apportate dalle leggi regionali 25 febbraio 2014, n. 10, 7 agosto 2014, n. 16, 5 aprile 2016, n. 6, 8 agosto 2016, n. 22 e 27 gennaio 2017, n. 3.
Restano invariati il valore e l'efficacia degli atti legislativi qui riportati.
Le modifiche apportate sono stampate con caratteri corsivi.

Testo vigente della Legge Regionale 9 gennaio 2014, n. 1.

"NUOVA DISCIPLINA IN MATERIA DI DISTRIBUZIONE COMMERCIALE".

IL CONSIGLIO REGIONALE
Ha approvato

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE
PROMULGA

La seguente legge:

CAPO I - PRINCIPI GENERALI

Art. 1
(Oggetto e finalità)

1. La presente legge, adottata nel rispetto delle competenze conferite alle Regioni in materia di commercio in forza della distribuzione delle potestà legislative previste all'articolo 117 della Costituzione, delle disposizioni del Trattato di funzionamento dell'Unione Europea di seguito denominato TFUE, in materia di tutela della concorrenza, della libera circolazione delle merci e dei servizi, della Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006, n. 123 relativa ai servizi nel mercato interno, del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno), del decreto-legge 13 agosto 2011, n. 138, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 settembre 2011, n. 148 (Ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e per lo sviluppo. Delega al Governo per la riorganizzazione della distribuzione sul territorio degli uffici giudiziari), del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214 (Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici), del decreto legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248 (Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale), del decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n.160 (Regolamento per la semplificazione ed il riordino della disciplina sullo sportello unico per le attività produttive, ai sensi dell'articolo 38, comma 3, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133), delle raccomandazioni e dei pareri della Commissione Europea e dell'Autorità Garante della concorrenza e del mercato, delle norme in materia di procedimento amministrativo previste dalla legge 7 agosto 1990, n. 241 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi - Trasparenza atti amministrativi), stabilisce i principi e le norme generali sull'esercizio delle attività commerciali nella Regione Campania.

2. Secondo la disciplina dell'Unione Europea e statale in materia di concorrenza, di libertà di stabilimento e di prestazione di servizi, costituisce principio generale dell'ordinamento l'apertura di nuovi esercizi commerciali nel territorio regionale senza contingenti, limiti territoriali o vincoli di qualsiasi altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute dei lavoratori, dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano e dei beni culturali.

3. L'introduzione di un regime amministrativo volto a sottoporre ad autorizzazione le medie strutture e le grandi strutture di vendita, nonché gli esercizi per le merci ingombranti ed il commercio in aree pubbliche, è giustificato sulla base dell'esistenza di un interesse generale, costituzionalmente rilevante e compatibile con l'ordinamento comunitario, nel rispetto del principio di proporzionalità, riferito esclusivamente alle materie di ambiente, di edilizia, di urbanistica, di tutela della sanità pubblica, di tutela della pubblica sicurezza, di tutela dei lavoratori e di tutela dell'incolumità delle persone.

4. Le disposizioni previste dalla presente legge in materia di tutela della concorrenza delle attività commerciali non costituiscono requisiti, ai sensi del decreto legislativo 59/2010.

5. La presente legge persegue le seguenti finalità:

a) il pluralismo delle strutture distributive e delle diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese e della identità commerciale del territorio;

b) la libertà di concorrenza nell'accesso al mercato e nel suo funzionamento corretto e trasparente, in condizioni di pari opportunità, salvaguardando il pluralismo delle forme distributive;

c) la libertà di impresa e di stabilimento e la libera circolazione delle merci;

d) la riqualificazione dei centri storici e dei centri urbani attraverso lo sviluppo e la valorizzazione delle attività commerciali;

e) la sostenibilità ambientale dello sviluppo del sistema commerciale ed il risparmio di suolo, incentivando il recupero e la riqualificazione urbanistica di aree e di strutture dismesse e degradate;

f) la sostenibilità territoriale e la perequazione sociale ed imprenditoriale dello sviluppo del sistema commerciale;

g) la coerenza e l'integrazione tra la pianificazione urbanistica e territoriale e gli indirizzi in materia di insediamenti commerciali;

h) la promozione di assetti di mercato maggiormente concorrenziali, anche per contenere i prezzi e favorire il rilancio dell'economia e dell'occupazione;

i) la tutela e la libertà di scelta del cittadino consumatore, assicurando ai consumatori finali un livello minimo ed uniforme di condizioni di accessibilità all'acquisto di prodotti e di servizi nel territorio regionale, di informazione, di approvvigionamento, di servizio di prossimità, di assortimento e di sicurezza dei prodotti;

l) l'efficienza, la modernizzazione, lo sviluppo della rete distributiva e l'evoluzione tecnologica dell'offerta;

m) la semplificazione amministrativa e l'innovazione tecnologica delle procedure.

Art. 2

(Ambito di applicazione)

1. La presente legge non si applica:

a) ai farmacisti ed 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 della legge 8 novembre 1991, n. 362 (Norme di riordino del settore farmaceutico) se vendono esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;

b) ai titolari di rivendite di generi di monopolio, se vendono esclusivamente i 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, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074 (Approvazione del regolamento di esecuzione della legge 22 dicembre 1957, n. 1293, sulla organizzazione dei servizi di distribuzione e vendita dei generi di monopolio);

c) alle associazioni dei produttori ortofrutticoli, costituite ai sensi della legge 27 luglio 1967, n. 622 (Organizzazione del mercato nel settore dei prodotti ortofrutticoli);

d) ai produttori agricoli, singoli o associati, che esercitano le attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del codice civile, alla legge 25 marzo 1959, n. 125 (Norme sul commercio all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, delle carni e dei prodotti ittici) e alla legge 9 febbraio 1963, n. 59 (Norme per la vendita al pubblico in sede stabile dei prodotti agricoli da parte degli agricoltori produttori diretti);

e) alle vendite di carburanti, nonché degli oli minerali di cui all'articolo 1 del regolamento approvato con regio decreto 20 luglio 1934, n. 1303 (Approvazione del regolamento per l'esecuzione del regio decreto-legge 2 novembre 1933, n. 1741, che disciplina l'importazione, la lavorazione, il deposito e la distribuzione degli oli minerali e loro residui). Per vendita di carburanti si intende la vendita dei prodotti per uso di autotrazione, compresi i lubrificanti, effettuata negli impianti di distribuzione automatica di cui all'articolo 16 del decreto-legge 26 ottobre 1970, n. 745, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 dicembre 1970, n. 1034 (Provvedimenti straordinari per la ripresa economica), e al decreto legislativo 11 febbraio 1998, n. 32 (Razionalizzazione del sistema di distribuzione dei carburanti, a norma dell'articolo 4, comma 4, lettera c) della legge 15 marzo 1997, n. 59);

f) agli artigiani iscritti nell'Albo previsto dall'articolo 5, comma 1, della legge 8 agosto 1985, n. 443 (Legge-quadro per l'artigianato) 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;

g) ai pescatori e alle cooperative di pescatori, nonché ai cacciatori, singoli o associati, che vendono al pubblico e al dettaglio la cacciagione e i prodotti ittici provenienti esclusivamente dall'esercizio della

loro attività e a coloro che esercitano la vendita dei prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti ad usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fungatico e di diritti similari;

h) a chi vende o espone per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica o informativa, realizzate anche mediante il supporto informatico;

i) 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);

l) all'attività di vendita effettuata durante il periodo di svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti dei visitatori, se riguarda esclusivamente le merci oggetto delle manifestazioni e non dura oltre il periodo di svolgimento delle stesse manifestazioni;

m) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o gli enti territoriali che vendono pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto informatico, di propria o di altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività.

Art. 3

(Definizioni)

1. Ai fini della presente legge si intendono per:

a) commercio al dettaglio, l'attività svolta in forma temporanea o permanente, da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, come su aree pubbliche, con distributori automatici e al domicilio dei consumatori direttamente al consumatore finale;

b) 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 ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande, per assumere tale attività la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;

c) commercio elettronico, le operazioni commerciali svolte on-line e disciplinate dal decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 (Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico);

d) commercio su aree private, il commercio al minuto effettuato su aree o in locali privati, a mezzo di attrezzature idonee all'attività;

e) commercio su aree pubbliche, il commercio al minuto effettuato su aree pubbliche, coperte o scoperte, strade, canali, piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico, di cui il Comune ha, in forma temporanea o permanente, la disponibilità;

f) mercato su area privata, l'area privata adibita all'esercizio dell'attività mercatale per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la vendita di prodotti tipici, la vendita di prodotti artigianali, la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, senza installazione di strutture fisse nei posteggi e senza edificazione di volumetrie edilizie nell'area occupata dall'attività mercatale. Per superficie di vendita del mercato su area privata si intende quella risultante dalla somma delle superfici dei singoli posteggi;

g) forme speciali di vendita al dettaglio, la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi o la vendita per mezzo di apparecchi automatici o la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione o la vendita presso il domicilio dei consumatori;

h) superficie di vendita di un esercizio commerciale, l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature, vetrine, cabine di prova e simili e le aree di esposizione della merce, se accessibili alla clientela. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, laboratori, locali tecnici, uffici, servizi, avancasse, le zone interdette ai clienti e, anche se accessibile alla clientela, l'area scoperta, se adiacente all'esercizio commerciale e di dimensioni non superiori al venti per cento della superficie di vendita;

i) l'autorizzazione permanente è il titolo amministrativo che legittima lo svolgimento dell'attività commerciale senza scadenza temporale. Nelle grandi strutture della tipologia G1E, per la determinazione della superficie di vendita sono computati al cinquanta per cento gli spazi occupati da merce non amovibile nel limite massimo del cinquanta per cento della superficie destinata alla vendita;

l) autorizzazione temporanea, il titolo amministrativo che legittima lo svolgimento dell'attività

commerciale per un determinato periodo temporale;

m) centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale almeno sei esercizi commerciali sono inseriti in un complesso a destinazione specifica ed usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente e sono articolati lungo un percorso pedonale di accesso che consente la diretta comunicazione tra i singoli esercizi. Per superficie di vendita di un centro commerciale s'intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti. E' vietata la denominazione di centro commerciale per tipologie di complessi commerciali che presentano differenti caratteristiche;

n) parco commerciale, l'aggregazione di medie o grandi strutture di vendita insistenti in immobili distinti e ricadenti nella medesima area territoriale e funzionale, che condividono la fruizione di un sistema di accessibilità comune, per cui, anche se contraddistinte da autonome autorizzazioni all'apertura, si configurano come un unico progetto commerciale;

o) outlet, l'esercizio commerciale destinato alla vendita di eccedenze di produzione, seconde scelte, merci rese al produttore, rimanenze di fine serie in capo al produttore o di fine stagione, merci a lenta rotazione, ordinativi annullati, apposite linee di produzione o prove di mercato. E' vietata la denominazione di outlet per tipologie di esercizi commerciali che vendono prodotti differenti da quelli sopra elencati;

p) factory outlet center, l'aggregazione di esercizi commerciali di tipologia di outlet;

q) attività commerciali temporanee, l'esercizio su area privata, per non oltre sessanta giorni, di attività di commercio al dettaglio, previa presentazione allo Sportello unico per le attività produttive (SUAP) di una dichiarazione autocertificativa in cui sia attestato il possesso dei requisiti prescritti dall'articolo 71 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno) e dalle altre disposizioni vigenti; (1)

r) motivi imperativi di interesse generale, le ragioni di pubblico interesse, quali la tutela dei consumatori e dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano, dell'ordine pubblico, della sicurezza pubblica, dell'incolumità pubblica, della sanità pubblica, della sicurezza stradale, dei lavoratori, compresa la protezione sociale degli stessi, dei destinatari di servizi, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela della salute degli animali, della proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico ed artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale;

s) lo sportello unico per le attività produttive, di seguito denominato SUAP, del Comune competente per territorio o della struttura associativa di enti locali di cui al decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 (Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali);

t) segnalazione certificata di inizio attività, di seguito denominata SCIA, come prevista dall'articolo 19 della legge 241/1990, con efficacia dalla sua presentazione;

u) settori merceologici, il settore alimentare ed il settore non alimentare nei quali si articola l'attività commerciale;

v) esercizi di vicinato, gli esercizi con le superfici di vendita nei limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, lettera d) del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59); (2)

z) medie strutture di vendita, gli esercizi con le superficie di vendita nei limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, alla lettera e) del decreto legislativo 114/98; (3)

aa) grandi strutture di vendita, gli esercizi, anche in forma di centro commerciale, aventi superficie di vendita superiore a 1.500 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente non superiore a 10.000 abitanti e a 2.500 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

bb) centro commerciale naturale, l'aggregazione tra imprese commerciali, artigianali e di servizio insistenti in una determinata area nel centro storico per valorizzare il territorio e rendere più competitivo il sistema commerciale.

(1) Lettera così sostituita dall'articolo 8, comma 1 della legge regionale 8 agosto 2016, n. 22.
(2) Lettera sostituita dall'articolo 12, comma 1, lettera a) della legge regionale 25 febbraio 2014, n. 10.
(3) Lettera sostituita dall'articolo 12, comma 1, lettera b) della legge regionale 25 febbraio 2014, n. 10.

Art. 4

(Classificazione degli esercizi commerciali)

1. Le strutture commerciali sono classificate nel modo seguente:

a) EV: esercizio di vicinato per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari con superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera v)* (1);

b) EMI: esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti, cioè le merci non alimentari di cui il venditore non può effettuare la consegna immediata, come automobili, mobili, elettrodomestici,

legnami e materiali per l'edilizia;

c) MA/M: media struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari, avente superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera z)* (2);

d) ME: media struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari, avente superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera z)* (3);

e) G1A/M ipermercato: grande struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari, avente superficie di vendita fino a 5.000 metri quadrati;

f) G1E: grande struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari, avente superficie di vendita fino a 15.000 metri quadrati;

g) G2CQ: centro commerciale di quartiere o interquartiere, quale grande struttura di vendita costituita da almeno 6 esercizi commerciali in diretta comunicazione tra loro o posti all'interno di una struttura funzionale unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, con superficie di vendita fino a 5.000 metri quadrati;

h) G2CI: centro commerciale inferiore, cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 8 esercizi commerciali con le caratteristiche previste dalla lettera g), con superficie di vendita compresa tra 5.001 metri quadrati e 15.000 metri quadrati;

i) G2CS : centro commerciale superiore, cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 12 esercizi commerciali, con le caratteristiche previste dalla lettera g), con superficie di vendita maggiore di 15.000 metri quadrati;

l) GACP: centro commerciale costituito da aggregazioni commerciali polifunzionali, cioè grande struttura di vendita formata in maniera prevalente da aziende commerciali, artigianali e di servizi aventi sede nel territorio regionale, per promuovere la modernizzazione delle piccole e medie imprese regionali, nonché per salvaguardare i livelli occupazionali;

m) MAP: mercato su area privata costituito da aggregazione di posteggi in numero di almeno 20, la cui singola superficie non supera 80 metri quadrati e di superficie complessiva di vendita non superiore a 10.000 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti e non superiore a 3000 metri quadrati nei Comuni con popolazione non superiore a 10.000 abitanti.

2. Non sono considerati centri o parchi commerciali e non formano una struttura funzionale unitaria l'insieme di singoli negozi allocati in edifici a prevalente destinazione abitativa o direzionale, anche se collegati funzionalmente da percorsi pedonali comuni o di esercizi commerciali insistenti in un immobile privo di destinazione specifica oppure in uno stesso immobile che utilizzano separatamente accessi, ingressi ed aree di parcheggio.

3. Le autorizzazioni o la SCIA delle singole attività di un centro commerciale discendono da un unico provvedimento generale, rilasciato anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo. Le modifiche di ripartizione della superficie di vendita degli esercizi posti all'interno del centro commerciale sono soggette alla comunicazione allo SUAP, se resta invariata la superficie di vendita complessiva del centro commerciale.

4. Nei centri commerciali la superficie di vendita occupata dagli esercizi di vicinato non è inferiore al quaranta per cento della superficie netta complessiva.

5. E' vietato il trasferimento di sede di un'attività fuori dal centro commerciale di appartenenza.

6. Le SCIA delle singole attività che compongono un mercato su area privata discendono da un unico provvedimento generale, rilasciato anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo. Le modifiche di ripartizione della superficie di vendita all'interno del mercato in area privata, nonché gli eventuali spostamenti di posteggio delle singole attività sono soggette alla comunicazione allo SUAP, se resta invariata la superficie di vendita complessiva del mercato.

7. E' vietato il trasferimento di sede di un'attività al di fuori del mercato in area privata di appartenenza.

8. La Regione promuove interventi per lo sviluppo delle imprese operanti nel settore agroalimentare, favorendo i processi di aggregazione in un'ottica di filiera tesi alla valorizzazione delle tipicità ed al recupero delle tradizioni locali. Per favorire i percorsi di filiera corta, che in una logica di rapporto diretto produttore-consumatore, assicurano la conservazione dei valori intrinsechi dei prodotti tipici e dei prodotti locali, come la qualità, la tracciabilità, il rispetto delle tradizioni, la Regione promuove la creazione di centri di aggregazione in strutture di piccole e medie dimensioni, provvedendo alla definizione di procedure autorizzative semplificate anche attraverso procedimenti unici.

9. La Regione riconosce la filiera della panificazione ai fini della tracciabilità e commercializzazione delle produzioni panarie.

(1) Lettera sostituita dall'articolo 12, comma 2, lettera a), della legge regionale 25 febbraio 2014, n. 10.
(2) Lettera sostituita dall'articolo 12, comma 2, lettera b), della legge regionale 25 febbraio 2014, n. 10.
(3) Lettera sostituita dall'articolo 12, comma 2, lettera c), della legge regionale 25 febbraio 2014, n. 10.

Art. 5

(Caratteristiche tipologiche degli esercizi commerciali)

1. Nelle strutture commerciali di media e grande dimensione, con superficie di vendita pari ad almeno 1.000 metri quadrati, sono presenti almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita, o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati ed almeno un servizio igienico per i soggetti portatori di handicap. Negli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti sono presenti almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.500 metri quadrati di superficie lorda o frazione di essa superiore a 1.000 metri quadrati. Nei mercati in area privata sono presenti almeno un servizio igienico a struttura mobile, ad uso della clientela, per ogni 2.500 metri quadrati di superficie di vendita o per frazione di essa superiore a 1000 metri quadrati.

2. Negli esercizi commerciali della tipologia delle medie strutture, delle grandi strutture di vendita e degli esercizi speciali per la vendita delle merci ingombranti sono presenti gli spazi ad uso pubblico, di cui almeno la metà, destinati a zona verde e gli spazi per la movimentazione delle merci secondo la dotazione stabilita nell'Allegato A2.

3. Le medie strutture di vendita con la superficie di vendita almeno pari a 1.000 metri quadrati e gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti con la superficie lorda almeno pari a 1.500 metri quadrati, nonché i mercati in area privata di superficie complessiva di vendita almeno pari a 5000 metri quadrati assicurano:

a) la disponibilità, nel medesimo contesto funzionale, in proprio o per la gestione di terzi, di almeno un'attività artigianale o un esercizio per la somministrazione di bevande e alimenti o un'attività di servizio per la clientela, come agenzia di viaggi, parafarmacia, spazio organizzato per l'intrattenimento dei bambini sotto sorveglianza, centro per la cura della persona;

b) la trasmissione all'ufficio comunale competente del piano di smaltimento dei rifiuti prodotti nell'esercizio commerciale e nelle pertinenze, nonché di raccolta differenziata dei medesimi rifiuti.

4. I parchi commerciali e le grandi strutture di vendita di nuova realizzazione con superficie di vendita nel complesso pari ad almeno 10.000 metri quadrati assicurano:

[a) un servizio di trasporto dei clienti, anche a mezzo di autolinee private, per il collegamento dell'area dove è insediato l'esercizio, in ragione di almeno due corse quotidiane] (1);

[b) un'adeguata dotazione di punti di ricarica per le autovetture e le biciclette elettriche] (1);

c) un sistema di raccolta di almeno il venti per cento delle acque meteoriche attraverso la realizzazione di una vasca di recupero di dimensioni adeguate al fabbisogno di operazioni, come l'annaffiatura, il lavaggio delle aree ed ogni forma di riuso per la quale non è richiesta l'acqua potabile;

d) la dotazione di una classificazione energetica, prevista dal decreto del Ministero sviluppo economico 26 giugno 2009, n. 39540 (Linee guida nazionali per la certificazione energetica degli edifici), uguale o superiore alla classe energetica globale C.

(1) Lettera abrogata dall'articolo 1, comma 44, lettera d), punto 1), legge regionale 7 agosto 2014, n. 16.

Art. 6

(Svolgimento dell'attività di vendita negli esercizi in sede fissa)

1. In conformità a quanto stabilito dall'articolo 1336 del codice civile, il titolare dell'attività commerciale al dettaglio procede alla vendita nel rispetto dell'ordine temporale della richiesta.

2. Negli esercizi di commercio al dettaglio l'attività di vendita è esercitata nel rispetto delle norme vigenti in materia igienico-sanitaria, di edilizia, di urbanistica, di sicurezza e di destinazione d'uso dei locali.

3. L'attività di vendita di prodotti alimentari è soggetta al rispetto delle disposizioni previste dal Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004, n. 852 sull'igiene dei prodotti alimentari e dal Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004, n. 853 che stabilisce le norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale.

4. Negli esercizi commerciali che vendono prodotti alimentari, fatto salvo l'obbligo dell'osservanza dei requisiti igienico-sanitari, è consentito il consumo immediato dei medesimi prodotti, utilizzando i locali e gli arredi dell'azienda, con l'esclusione del servizio assistito di somministrazione e delle attrezzature ad esso direttamente finalizzate.

5. I prodotti esposti al pubblico per la vendita nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o in aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, indicano, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con modalità idonee allo scopo. Per esigenze di prevenzione della criminalità, nel caso di prodotti d'arte e di antiquariato nonché di oreficeria e gioielleria, l'obbligo di pubblicità del prezzo è rispettato anche tramite l'utilizzo sul singolo prodotto di un cartellino visibile all'interno dell'esercizio commerciale e non

dall'esterno. Per l'esposizione di prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un solo cartellino. I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trova impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dalla richiamata disposizione. Sono fatte salve le disposizioni vigenti previste dal decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229).

6. Il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte, la cessazione dell'attività relativa agli esercizi di vicinato, alle medie strutture, alle grandi strutture e agli esercizi per merci ingombranti, nonché agli esercizi operanti nei mercati in area privata, sono soggetti alla SCIA da presentare allo SUAP competente per territorio e possono essere effettuati contestualmente alla sua ricezione.

7. In caso di subingresso per causa di morte in un'attività che ha ad oggetto la commercializzazione di prodotti alimentari, il subentrante, se non è in possesso dei requisiti professionali, è tenuto ad acquisirli entro dodici mesi dall'apertura della successione.

Art. 7

(Requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale)

1. Per l'esercizio dell'attività di commercio, il soggetto interessato deve essere in possesso dei requisiti di onorabilità previsti dall'articolo 71, commi da 1 a 5, del decreto legislativo 59/2010.

2. Ai fini dell'esercizio dell'attività di commercio di prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare, il soggetto interessato deve comprovare il possesso di almeno uno dei requisiti professionali previsti dall'articolo 71, commi 6 e 6-bis del decreto legislativo 59/2010 .

Art. 8

(Sportello unico per le attività produttive)

1. L'unico punto di accesso per il richiedente in relazione ai procedimenti amministrativi disciplinati dalla presente legge è costituito dallo SUAP, previsto dall'articolo 38 del decreto legge 112/2008 convertito, con modificazioni, dalla legge 133/2008. L'accesso allo SUAP avviene in conformità al decreto del Presidente della Repubblica 160/2010.

2. In conformità all'articolo 4, comma 6, del decreto del Presidente della Repubblica 160/2010, fatta salva l'unicità del canale di comunicazione telematico con le imprese da parte dello SUAP, sono attribuite ad esso anche le competenze dello sportello unico per l'edilizia produttiva.

3. L'ufficio competente della Giunta regionale definisce la modulistica da utilizzare per le domande di autorizzazione, per la SCIA e per le comunicazioni previste dalla presente legge entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della medesima legge.

CAPO II - Elementi di Programmazione Regionale e Comunale

Art. 9

(Adeguamento alla legge 9 gennaio 1989, n. 13)

1. Per gli utenti diversamente abili sono rimosse le barriere architettoniche presenti.

Art. 10

(Strumento comunale d'intervento per l'apparato distributivo)

1. I Comuni adeguano gli strumenti urbanistici generali ed attuativi, i regolamenti di polizia locale e lo strumento d'intervento per l'apparato distributivo, se vigente, oppure si dotano dello stesso strumento, se ancora non vigente, recependo i criteri e gli indirizzi di programmazione stabiliti dalla presente legge entro centottanta giorni dalla sua entrata in vigore.

2. Lo strumento d'intervento per l'apparato distributivo, di seguito denominato SIAD, costituisce lo strumento integrato del piano urbanistico comunale con una funzione esaustiva del potere di programmazione e pianificazione del territorio ai fini urbanistico -commerciali. Esso è approvato in adeguamento o in variante. E' approvato in adeguamento se l'individuazione da parte dei Comuni delle zone in cui insediare le strutture commerciali avviene senza variazioni degli indici edificatori delle aree o l'aumento dei volumi esistenti, anche se la funzione commerciale è localizzata in aree o edifici già destinati alla produzione di beni e di servizi oppure non è codificata terminologicamente, tenuto conto delle caratteristiche socio-economiche, ambientali, funzionali e strutturali delle singole zone d'insediamento. E' approvato con

procedimento ordinario di variante urbanistica quando l'applicazione dei criteri e degli indirizzi indicati nella presente legge comporta la realizzazione di nuovi volumi o il cambio delle destinazioni d'uso delle aree o degli edifici interessati, se vietati dal vigente strumento urbanistico generale.

3. Lo SIAD, tenuto conto delle condizioni della viabilità, delle norme igienico-sanitarie e di sicurezza, fissa i criteri per l'esercizio delle attività commerciali in aree private e in aree pubbliche, nel rispetto delle destinazioni d'uso delle aree e degli immobili dallo stesso strumento stabilite.

4. Lo SIAD persegue le seguenti finalità:

a) realizzare interventi integrati di programmazione dell'apparato distributivo anche per singole aree del territorio, con particolare riferimento al centro storico, nell'ambito di progetti di valorizzazione del territorio e in rapporto alle esigenze dei consumatori e agli aspetti di viabilità, mobilità, arredo urbano, nonché agli specifici interventi di pedonalizzazione;

b) salvaguardare i valori artistici, culturali, storici ed ambientali locali, soprattutto del centro storico, attraverso l'eventuale divieto di vendita di determinate merceologie, senza inibire lo sviluppo del commercio e della libera concorrenza fra varie tipologie commerciali;

c) favorire la nascita di nuove iniziative attraverso la riconversione delle strutture distributive meno produttive già esistenti sul territorio;

d) promuovere forme di integrazione funzionale delle strutture di commercio al dettaglio in sede fissa con le attività di commercio ambulante e di artigianato aventi ad oggetto prodotti tipici della realtà produttiva locale;

e) promuovere la valorizzazione delle aree periferiche attraverso lo sviluppo delle attività commerciali anche mediante specifiche previsioni urbanistiche o piani di intervento globale di recupero e di rilancio di dette aree;

f) predisporre un efficiente sistema di monitoraggio della distribuzione commerciale locale in collaborazione con l'Osservatorio regionale previsto dall'articolo 27.

5. Lo SIAD non contiene le seguenti restrizioni:

a) il divieto di esercizio di un'attività commerciale al di fuori di una determinata area geografica e l'abilitazione a esercitarla esclusivamente all'interno di una determinata area;

b) l'imposizione di distanze minime tra le localizzazioni degli esercizi commerciali;

c) la determinazione di contingenti o di parametri comunque definiti per l'insediamento delle attività commerciali;

d) il divieto di esercizio di un'attività in più sedi oppure in una o più aree geografiche;

e) la limitazione dell'esercizio di un'attività commerciale ad alcune categorie o divieto nei confronti di alcune categorie di commercializzazione di taluni prodotti;

f) la limitazione dell'esercizio di un'attività commerciale attraverso l'indicazione tassativa della forma giuridica richiesta all'operatore;

g) l'imposizione di prezzi minimi o di commissioni per la fornitura di beni o di servizi;

h) l'obbligo di fornitura di specifici servizi complementari all'attività svolta.

6. Lo SIAD fissa i fattori di valutazione connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano e dei beni culturali, nonché dispone vincoli di carattere dimensionale o tipologico agli insediamenti delle attività commerciali in aree o edifici che hanno valore storico, archeologico, artistico e ambientale, nei limiti necessari alle esigenze di tutela e nel rispetto dei motivi imperativi di interesse generale previsti dall'articolo 3, comma 1, lett. r) della presente legge.

7. Il Consiglio comunale, prima dell'approvazione del SIAD, acquisisce il parere obbligatorio e non vincolante delle associazioni dei consumatori e delle organizzazioni imprenditoriali del commercio maggiormente rappresentative sul territorio nazionale.

8. Lo SIAD è sottoposto, dopo l'approvazione del Comune, al visto di conformità della competente Direzione generale dell'Area generale coordinamento Sviluppo Economico, Settore Regolazione dei Mercati della Giunta regionale, rilasciato entro novanta giorni dalla data di ricezione. Decorso il termine, in mancanza di pronuncia espressa, il visto si intende apposto favorevolmente per lo SIAD che non comporta variante urbanistica. Lo SIAD in adeguamento è esecutivo dopo il rilascio del visto di conformità regionale e la pubblicazione del provvedimento nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania; lo SIAD che comporta variante urbanistica segue l'iter ordinario di approvazione vigente in ambito regionale.

9. Le domande per l'apertura di medie strutture, di grandi strutture di vendita o di esercizi speciali per le merci ingombranti, nonché degli esercizi operanti nei mercati in area privata, nei Comuni dove non è vigente lo SIAD sono ammesse, se ricadenti nelle zone territoriali omogenee destinate all'insediamento delle attività produttive, delle attività terziarie e delle attività alle stesse correlate, fatto salvo il rispetto delle norme previste dalla presente legge.

10. Lo SIAD è costituito dai seguenti elaborati:

a) planimetria in scala non inferiore a 1:5.000 che rappresenta la localizzazione delle previsioni commerciali ed il centro storico;

b) normativa di attuazione;

c) relazione giustificativa delle scelte operate;

d) regolamento per le attività commerciali;

e) planimetria dello strumento urbanistico afferente la zonizzazione;

f) stralcio delle norme tecniche d'attuazione, di seguito denominate NTA, dello strumento urbanistico;

g) planimetria a stralcio di eventuali piani sovracomunali e relative NTA.

Art. 11

(Interventi comunali per la valorizzazione del centro storico)

1. Lo SIAD delimita l'area del centro storico anche oltre l'individuazione urbanistica e può suddividerla in ulteriori zone di intervento differenziato per la sua salvaguardia e valorizzazione.

2. Lo SIAD ha il compito di preservare, rilanciare e potenziare la funzione tipica del commercio nel centro storico ed il suo ruolo di polo primario e di aggregazione della vita sociale, attraverso la crescita e la diversificazione delle attività commerciali, anche mediante l'adozione di specifici protocolli di arredo urbano da definirsi con le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative sul territorio nazionale, per tutelare il patrimonio edilizio di interesse storico e culturale.

3. Per il conseguimento degli obiettivi previsti dal comma 2, lo SIAD prevede di:

a) individuare le aree degradate ed abbandonate, ovvero gli edifici non utilizzati, al fine della previsione di specifici interventi atti a favorire e agevolare il loro recupero urbano e la loro riutilizzazione a scopi commerciali;

b) stabilire un vincolo di destinazione d'uso delle preesistenze storiche per specifiche tipologie di esercizi;

c) esonerare in tutto o in parte gli esercizi commerciali dall'obbligo del rispetto dei periodi fissati per le vendite straordinarie;

d) fissare la deroga, per i fabbricati esistenti, dalle norme relative alle altezze interne dei locali da destinare al commercio al dettaglio, se dette altezze sono, comunque, pari ad almeno 2,70 metri.

4. Lo SIAD prevede, per gli esercizi di vicinato del centro storico, la superficie di vendita massima pari a 150 metri quadrati nel rispetto degli imperativi motivi di interesse generale di cui all'articolo 3, comma 1, lett. r), secondo le relative procedure, senza limitazioni non giustificate o discriminatorie e previa espressa determinazione di detti motivi.

5. Lo SIAD prevede, previa consultazione con le associazioni delle imprese commerciali operanti nel centro storico, l'istituzione del protocollo arredo urbano, in cui sono stabilite le caratteristiche strutturali, morfologiche e cromatiche delle insegne, delle vetrine, del sistema di illuminazione esterna degli arredi esterni degli esercizi commerciali del centro storico. Con l'approvazione del protocollo arredo urbano il Comune fissa anche gli incentivi tributari o le forme di incentivazione per favorire l'adozione delle relative misure da parte degli esercenti del centro storico aderenti ad associazioni di commercianti maggiormente rappresentative sul territorio nazionale.

6. Per la valorizzazione delle attività commerciali è istituito il Protocollo esercizio Campano di Qualità riservato a tutti gli esercizi commerciali, per i quali è verificata la vendita in maniera prevalente di prodotti alimentari o non alimentari di certificata origine regionale, con diritto all'esposizione della vetrofania recante detta dicitura e dell'apposito marchio di riconoscimento regionale.

Art. 12

(Interventi integrati per i centri minori)

1. I Comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti ed i Comuni ubicati nelle isole o appartenenti alle Comunità Montane si dotano di un progetto d'intervento integrato di rivitalizzazione, anche commerciale, delle frazioni o di altre aree di interesse del proprio territorio aventi popolazione inferiore a 3.000 abitanti, ubicate in posizione isolata dal centro urbano.

2. Nelle aree individuate nel progetto di cui al comma 1, può essere previsto l'insediamento di centri polifunzionali di servizi, intendendosi per centro polifunzionale di servizi una struttura in cui sono presenti attività commerciali, attività terziarie e di servizio per i cittadini, quali sportelli decentrati dell'amministrazione comunale, ufficio postale, banca, centri turistici di informazione, biglietterie, fermate di autolinee, centri di prenotazione, esercizi di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, impianti sportivi o ricreativi, strutture alberghiere, rivendita di tabacchi, rivendita di giornali e riviste.

3. Per i centri polifunzionali di servizi può essere disposta dal Comune l'esenzione dei tributi locali, previa apposita convenzione.

Art. 13

(Fondo regionale per la riqualificazione delle attività commerciali)

1. Per le finalità della presente legge di valorizzare le attività commerciali dei centri storici e dei centri commerciali naturali, è istituito il fondo regionale per la riqualificazione delle attività commerciali, in conformità con quanto disposto dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 123 (Disposizioni per la razionalizzazione degli interventi di sostegno pubblico alle imprese, a norma dell'articolo 4, comma 4, lettera c), della legge 15 marzo 1997, n. 59) e dalle norme comunitarie in materia di aiuti di Stato.

2. Il fondo è alimentato da risorse regionali.

***Art. 14* (1)**

(Promozione delle associazioni di categoria)

1. La Giunta regionale, con avviso pubblico contenente modalità e criteri di selezione, può concedere, entro il 31 marzo di ciascun anno, contributi per la promozione e realizzazione delle loro finalità istituzionali, alle associazioni di categoria relative alle piccole e medie imprese operanti nel settore commerciale, turistico e dei servizi che svolgono attività associativa in ambito nazionale ed abbiano una sede operativa sul territorio della Regione Campania.

2. La ripartizione delle sovvenzioni di cui al comma 1, è deliberata dalla Giunta regionale in base alla rappresentatività regionale delle singole associazioni da dimostrare con relativo elenco dei soci risultanti paganti al 31 dicembre dell'anno precedente, autocertificato ai sensi dell'articolo 46 del decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445 (Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa). L'accertamento dei soci paganti è dimostrato con la presentazione delle ricevute di pagamento o con la certificazione dei soci effettuata tramite enti pubblici, terzi o privati regolarmente riconosciuti.

3. Le iniziative realizzabili e finanziabili sono oggetto di apposita convenzione da stipulare tra la Giunta regionale e le associazioni suddette e non possono essere cofinanziate da altri enti pubblici.

4. L'onere derivante dall'applicazione del presente articolo grava sugli appositi capitoli del bilancio regionale, le cui entità sono determinate di anno in anno con le leggi di bilancio.

(1) Articolo così sostituito dall'articolo 5, comma 1, lettera a) della legge regionale 5 aprile 2016, n. 6.

CAPO III - Attività Commerciali in Sede Fissa

Art. 15

(Esercizi di vicinato)

1. L'insediamento degli esercizi di vicinato è ammesso in tutte le zone territoriali omogenee comunali, ad eccezione di quelle per le quali lo strumento urbanistico generale espressamente ne vieta la realizzazione.

2. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie fino ai limiti di cui all'articolo 4, comma 1, lettera a) e l'aggiunta di un settore merceologico di un esercizio di vicinato sono soggetti alla SCIA, da presentare allo SUAP competente per territorio. Nella SCIA il soggetto interessato dichiara:

a) di possedere i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previste all'articolo 7;

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) di appartenere al settore o ai settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;

d) di aver rispettato eventuali limitazioni della superficie di vendita stabilite dallo SIAD per gli esercizi di vicinato.

Art. 16

(Esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti)

1. Gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti di seguito denominato EMI, sono autorizzati dallo SUAP di competenza, previa domanda di apertura, con le medesime modalità delle medie strutture di vendita, con l'unica differenza che gli standard qualitativi, urbanistici e commerciali sono calcolati con riferimento alla superficie lorda della struttura distributiva, nel rispetto delle previsioni dello SIAD, indicando la limitazione alla vendita dei prodotti ingombranti del settore non alimentare e degli articoli di complemento, nonché l'ampiezza delle superfici espositive e dei depositi

2. Il Comune stabilisce nello SIAD limitazioni della superficie degli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, anche in maniera differenziata per le diverse zone comunali.

3. Le richieste di aggiunta del settore merceologico o dell'ampliamento della superficie di un EMI, oltre i limiti stabiliti dai Comuni, sono considerate nuove aperture e trattate, in funzione delle dimensioni, come apertura di una media o di una grande struttura di vendita.

Art. 17

(Medie strutture di vendita)

1. Per le medie strutture di vendita, lo SIAD disciplina l'apertura, l'aggiunta e l'ampliamento merceologico o di superficie, il trasferimento ed ogni altra condizione non contemplata dalla presente legge.

2. Il Comune, ai sensi della legge 241/1990, adotta le norme sul procedimento concernente le domande relative alle medie strutture di vendita; stabilisce il termine non superiore ai sessanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande sono accolte se non è comunicato il provvedimento di diniego; il termine può essere incrementato fino a settantacinque giorni se è richiesto anche il permesso di costruire.

3. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di una media struttura di vendita fino ai limiti previsti all'articolo 4, comma 1, lettere c) e d), sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dallo SUAP competente per territorio, in relazione agli indirizzi e alle norme dello SIAD. Nella domanda, effettuata mediante l'apposita modulistica e corredata della documentazione prevista dall'allegato B della presente legge, l'interessato dichiara:

a) di possedere i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previsti all'articolo 7;

b) di aver 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.

4. Le autorizzazioni all'apertura o all'ampliamento di una media struttura di vendita sono concesse, nel rispetto delle norme urbanistiche vigenti, se concorrono le seguenti condizioni:

a) accorpamenti o concentrazioni di più esercizi commerciali esistenti ed attivi in forma continuativa da almeno un triennio;

b) ciascun esercizio commerciale accorpato o concentrato è conteggiato per il valore di superficie di 250 metri quadrati, oppure per la superficie effettiva, se maggiore;

c) la somma delle superfici cessate è pari ad almeno il settanta per cento della superficie di vendita della nuova struttura o della superficie di ampliamento;

d) è garantita l'assunzione di nuovo personale;

e) è assunto l'impegno al reimpiego di personale già operante negli esercizi commerciali da accorpare o concentrare.

5. Fatta salva la compatibilità delle specifiche norme urbanistiche vigenti, è sempre dovuto l'ampliamento delle medie strutture esistenti ed attive in forma continuativa da almeno un triennio, fino al limite massimo delle superfici rispettivamente previste all'articolo 4, comma 1, lettere c) e d).

6. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento dimensionale di una media struttura di vendita di cui ai commi 4 e 5 e l'aggiunta di un settore merceologico precedentemente non autorizzato senza ampliamento della superficie di vendita di una media struttura attiva da almeno un anno sono effettuati mediante la SCIA, anche in mancanza dello SIAD.

7. Le medie strutture di vendita garantiscono il pagamento con bancomat o con moneta elettronica a mezzo di POS.

Art. 18

(Caratteristiche qualitative delle grandi strutture di vendita)

1. Le grandi strutture di vendita al dettaglio garantiscono al pubblico i servizi minimi di seguito indicati per ciascuna tipologia di struttura:

a) Grande struttura di vendita G1 A/M - G1 E - G2 CQ:

1) almeno un pubblico esercizio di somministrazione di bevande;

2) almeno un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti;

3) almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita, o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;

4) almeno due servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap;

5) servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica, a mezzo POS;

6) almeno un punto di accesso gratuito ad internet da parte della clientela.

b) Grande struttura di vendita G2 CI:

1) almeno un pubblico esercizio di somministrazione bevande;

2) almeno un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti;

3) almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita, o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;

4) almeno due servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap;

5) servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica, a mezzo POS;

6) almeno 4 attività artigianali;

7) rete wireless per l'accesso gratuito ad internet da parte della clientela.

c) Grande struttura di vendita G2 CS-G ACP:

1) spazio organizzato per l'intrattenimento dei bambini sotto sorveglianza;

2) almeno un pubblico esercizio di somministrazione alimenti;

3) almeno un pubblico esercizio di somministrazione bevande;

4) almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita, o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;

5) servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica, a mezzo POS;

6) almeno 4 attività artigianali;

7) agenzia di viaggi e turismo;

8) rete wireless per l'accesso gratuito ad internet da parte della clientela.

2. Le licenze e i permessi comunali, connessi ai servizi di cui al comma 1, sono rilasciati dai Comuni anche in deroga ad eventuali parametri programmatori comunali e regionali.

3. Le grandi strutture di vendita destinate al commercio di prodotti non alimentari possono vendere anche prodotti alimentari nella misura massima del dieci per cento della superficie di vendita autorizzata.

Art. 19

(Parametri di valutazione per l'insediamento delle grandi strutture di vendita)

1. La compatibilità territoriale delle grandi strutture di vendita è soggetta ai parametri qualitativi di valutazione previsti dall'Allegato C e contenuti nella documentazione minima prodotta dai soggetti richiedenti:

a) lo studio dell'impatto ambientale, asseverato da tecnico abilitato, contenente la descrizione delle misure previste per evitare, ridurre e possibilmente compensare gli impatti negativi rilevanti, nonché l'esposizione dei dati necessari per individuare e valutare i principali impatti sull'ambiente e sul patrimonio culturale che la struttura può produrre e delle misure previste per il monitoraggio, *fatto comunque salvo quanto previsto dalla vigente legislazione in materia di valutazione di impatto ambientale* (1); si intende positivamente riscontrato lo studio di impatto ambientale da cui risulta che l'intervento commerciale è compatibile con l'assetto ambientale oppure previe opportune prescrizioni;

b) lo studio del traffico, contenente la descrizione dell'incidenza che il traffico della clientela dell'insediamento commerciale ha sul sistema viario e sulle ordinarie percorrenze veicolari del territorio; lo studio del traffico, asseverato da tecnico abilitato, corrisponde al riscontro del sistema viario esistente e di quello di progetto ricadente nel contesto dell'insediamento della grande struttura di vendita;

c) il piano analitico di autonomo smaltimento dei rifiuti solidi urbani prodotti nel contesto della nuova struttura distributiva;

d) l'analisi delle ricadute occupazionali, dirette ed indirette, che la realizzazione della grande struttura di vendita apporta, nonché delle procedure predisposte per assicurare la necessaria trasparenza nella pubblicizzazione delle opportunità lavorative;

e) il piano di attuazione delle previsioni del Codice del consumo di cui al decreto legislativo 206/2005, contenente le modalità operative attraverso le quali la normativa è tradotta in servizio per il cliente;

f) il piano energetico che indica l'utilizzo delle fonti energetiche rinnovabili, a partire dal valore del trenta per cento al momento dell'apertura, intendendosi per nuovi edifici commerciali, gli edifici che sono realizzati completamente ex novo, non ricadendo in tale fattispecie gli ampliamenti dimensionali delle strutture commerciali o degli immobili esistenti e le ristrutturazioni edilizie, anche se effettuate con demolizione e ricostruzione; non sono comunque soggetti a tale disposizione di promozione delle fonti energetiche rinnovabili i nuovi edifici realizzati nelle zone territoriali omogenee A, B e C.

(1) Periodo aggiunto dall'articolo 1, comma 44, lettera d), punto 2), legge regionale 7 agosto 2014, n. 16.

Art. 20

(Autorizzazioni per le grandi strutture di vendita)

1. Il rilascio dell'autorizzazione per una grande struttura di vendita è subordinato all'osservanza:

a) delle disposizioni in materia urbanistica fissate dal Comune e dalla Regione;

b) dei requisiti comunali e regionali di compatibilità territoriale dell'insediamento;

c) della superficie di vendita massima autorizzabile;

d) della necessaria disponibilità di superficie per parcheggi;

e) della previsione delle caratteristiche qualitative minime stabilite per la specifica tipologia di grande struttura di vendita;

f) del positivo riscontro dei parametri di valutazione per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita di cui all'Allegato C;

g) della funzione di vetrina delle produzioni tipiche locali come artigianato, industria manifatturiera, prodotti agroalimentari;

h) in caso di imprese o gruppo di imprese, già presenti e non nel territorio regionale, che hanno dipendenti collocati in ammortizzatori sociali, l'autorizzazione può essere rilasciata anche a seguito di assunzione di impegno formale alla ripresa occupazionale dei suddetti lavoratori.

2. Sono valutate come nuove aperture di grandi strutture di vendita, da esaminare in Conferenza dei servizi:

a) l'ampliamento dimensionale di un'esistente media struttura di vendita oltre i valori massimi di superficie previsti per le medie strutture;

b) la trasformazione di un esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti in una grande struttura di vendita;

c) la trasformazione di una grande struttura di vendita di tipologia G1 in una grande struttura di vendita di tipologia G2;

d) l'ampliamento dimensionale di una grande struttura di vendita di oltre il venti per cento della superficie di vendita precedentemente autorizzata;

e) l'aggiunta merceologica di un settore merceologico precedentemente non autorizzato, salvi i casi in cui la superficie di vendita del settore merceologico in aggiunta non è superiore al venti per cento del totale della superficie di vendita;

f) l'accorpamento di due o più esercizi commerciali che comporta la realizzazione di una struttura con superficie di vendita maggiore del valore massimo previsto per le medie strutture di vendita;

g) la rilocalizzazione in un Comune diverso da quello in cui era autorizzata la struttura.

3. Le domande di autorizzazione per le grandi strutture di vendita che non ricadono nell'elenco di cui al comma 2 sono esaminate esclusivamente dallo SUAP competente per territorio, nel rispetto dello SIAD e delle prescrizioni previste dalla presente legge.

4. La rilocalizzazione di una grande struttura di vendita è ammessa nell'intero territorio regionale in conformità con le scelte di localizzazione per le grandi strutture previste nello SIAD del Comune di insediamento ed è subordinata all'autorizzazione comunale, previa valutazione da parte della competente Conferenza dei servizi esclusivamente dell'impatto sull'ambiente e sul traffico nel territorio in cui si rilocalizza, nel rispetto delle normative edilizie vigenti.

5. L'autorizzazione all'ampliamento di una grande struttura di vendita è sempre concessa, nel rispetto delle scelte di localizzazione dello SIAD, ed è effettuata a mezzo della SCIA, se concorrono le seguenti condizioni:

a) accorpamenti o concentrazioni di più esercizi commerciali esistenti ed attivi in forma continuativa da almeno un triennio;

b) ciascun esercizio commerciale accorpato o concentrato è conteggiato per il valore di superficie di 250 metri quadrati, oppure per la superficie effettiva, se maggiore;

c) la somma delle superfici cessate è pari ad almeno il settanta per cento della superficie di vendita della nuova struttura o della superficie di ampliamento;

d) è garantita l'assunzione di nuovo personale o il recupero di personale proveniente dal bacino dei lavoratori del settore commerciale collocato in ammortizzatore sociale o espulso dal ciclo lavorativo, anche attraverso un'apposita banca dati, da costituire utilizzando strumenti regionali, nonché con la collaborazione degli enti bilaterali di settore costituiti dalle associazioni datoriali e dalle organizzazioni sindacali di categoria maggiormente rappresentative;

e) è assunto l'impegno al reimpiego di personale già operante negli esercizi commerciali da accorpare o da concentrare.

6. Sono da considerarsi fattori di eventuale premialità al rilascio delle autorizzazioni di cui al comma 1:

a) l'impegno da parte del titolare delle grandi strutture di vendita, al commercio di prodotti alimentari *a chilometri zero* provenienti da agricoltura biologica certificata, in ragione di almeno il cinque per cento del totale dei prodotti alimentari venduti (1);

[b) l'impegno da parte del titolare delle grandi strutture extralimentari, al commercio di prodotti extralimentari provenienti dal sistema produttivo della Regione Campania, in ragione di almeno il cinque per cento degli articoli extralimentari venduti**]** (2);

c) l'impegno, in caso di vendita di giornali quotidiani, riviste, periodici e libri, di attrezzare spazi o locali idonei alla piena fruibilità per i clienti consumatori sotto il profilo funzionale e igienico-sanitario.

c bis) un'adeguata dotazione di punti di ricarica per le autovetture e le biciclette elettriche (3).

7. Gli outlet ed i factory outlet center sono autorizzati secondo le modalità dei centri commerciali di dimensione corrispondente.

(1) Lettera sostituita dall'articolo 1, comma 44, lettera e), punto 1), legge regionale 7 agosto 2014, n. 16.
(2) Lettera abrogata dall'articolo 1, comma 44, lettera e), punto 2), legge regionale 7 agosto 2014, n. 16.
(3) Lettera aggiunta dall'articolo 1, comma 44, lettera e), punto 3), legge regionale 7 agosto 2014, n. 16.

Art. 21
(Procedure per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita)

1. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di una grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dallo SUAP competente.

2. La presentazione delle domande di rilascio di autorizzazioni per nuove aperture di grandi strutture di vendita e centri commerciali del settore merceologico alimentare e non alimentare di cui alla presente legge regionale è sospesa fino all'approvazione da parte del Consiglio regionale della delibera di Giunta regionale n. 543 del 9 ottobre 2012 avente ad oggetto il progetto di legge (Testo Unico delle leggi regionali in materia di sviluppo del sistema produttivo) e comunque non oltre il 31 marzo 2014.

3. La domanda di apertura di una grande struttura di vendita è presentata allo SUAP secondo le modalità previste dal decreto del Presidente della Repubblica 160/2010, mediante l'apposita modulistica corredata dalla documentazione necessaria per la valutazione di cui all'Allegato B e dalla copia del titolo, rappresentato dal diritto reale o rapporto giuridico obbligatorio, relativo all'immobile sede dell'attività commerciale, che legittima il richiedente alla richiesta di autorizzazione.

4. La domanda di rilascio dell'autorizzazione è esaminata dalla Conferenza dei servizi, indetta dallo SUAP, composta da tre membri, rappresentanti rispettivamente la Regione, la Provincia e il Comune.

5. La Conferenza dei servizi decide sulla conformità dell'insediamento ai criteri per il rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita della presente legge.

6. Le domande da sottoporre all'esame della Conferenza dei servizi sono costituite esclusivamente da quelle che rientrano nelle scelte di localizzazione urbanisticamente compatibili come fissate dagli strumenti comunali d'intervento per l'apparato distributivo. Le domande non conformi a quanto previsto nel presente comma sono respinte.

7. Il soggetto richiedente invia contestualmente copia della domanda, corredata dalla medesima documentazione, all'ufficio regionale competente della Giunta regionale.

8. Il responsabile comunale del procedimento verifica la sussistenza dei requisiti minimi fissati dalla presente legge e, in caso di insussistenza degli stessi requisiti, dichiara l'inammissibilità della domanda e ne dà comunicazione alla Provincia ed alla Regione, entro e non oltre trenta giorni dalla data di protocollo dell'istanza. Per l'acquisizione di informazioni o di certificazioni relative a fatti, stati o qualità non attestati in documenti già in possesso dell'amministrazione stessa o non direttamente acquisibili presso altre pubbliche amministrazioni, il responsabile comunale del procedimento richiede, per una sola volta, all'interessato le necessarie integrazioni, con sospensione dei tempi del procedimento. Tali integrazioni sono fornite entro trenta giorni dalla data di richiesta, pena l'archiviazione dell'istanza.

9. Il Comune, nel termine perentorio di trenta giorni dal ricevimento della domanda, provvede all'istruttoria di propria competenza, integra la documentazione allegata e trasmette all'Ufficio regionale competente e alla Provincia la copia dell'intera documentazione pervenuta e la relazione istruttoria che attesta la conformità dell'iniziativa proposta alle prescrizioni di localizzazione fissate dallo SIAD ed ai parametri ed ai requisiti previsti dalla presente legge.

10. Il Comune, d'intesa con la Regione e la Provincia, indice la Conferenza dei servizi e ne fissa lo svolgimento non oltre i sessanta giorni decorrenti dalla data di invio alla Regione della documentazione a corredo dell'istanza. A tutela del richiedente, decorso inutilmente il termine di sessanta giorni dalla data di ricezione da parte della Regione di copia della domanda, l'Ente regionale, previo sollecito del soggetto richiedente l'autorizzazione, convoca la Conferenza dei servizi entro i successivi quindici giorni dall'avvenuto sollecito.

11. Le deliberazioni della Conferenza dei Servizi sono adottate a maggioranza dei componenti entro novanta giorni dalla convocazione, fatto salvo il parere favorevole del rappresentante della Regione.

12. La data di indizione della Conferenza dei servizi è comunicata, contestualmente, ai Comuni limitrofi e alle organizzazioni dei consumatori e delle imprese più rappresentative in relazione al bacino di utenza dell'insediamento interessato, per la partecipazione a titolo consultivo alle riunioni della Conferenza dei servizi svolte in seduta pubblica.

13. Il rappresentante della Regione in seno alla Conferenza dei servizi è un dirigente designato, di volta in volta, dall'Assessore competente al ramo.

14. Decorsi centoventi giorni dalla data di indizione della Conferenza dei servizi, ed in assenza della comunicazione del provvedimento di diniego, la domanda si intende accolta se contenente le indicazioni previste e se debitamente corredata, dall'istante, dagli allegati di sua spettanza.

15. La favorevole determinazione conclusiva della Conferenza di servizi decade decorsi quattro anni dalla data del relativo verbale se l'autorizzazione non è stata rilasciata per inerzia del soggetto richiedente.

16. L'autorizzazione per l'apertura delle grandi strutture di vendita e gli atti comunali ad essa inerenti sono dotati del visto di regolarità dell'ufficio regionale competente della Giunta regionale che attesta la conformità a quanto deliberato in Conferenza dei servizi, pena la mancata efficacia dei medesimi titoli amministrativi.

Art. 22

(Aree di parcheggio degli esercizi commerciali)

1. Gli esercizi commerciali rispettano la dotazione di parcheggio prevista nell'Allegato A1.

2. L'adeguamento ai parametri di parcheggio è richiesto in caso di rilascio di nuova autorizzazione o di ampliamento della superficie di vendita.

3. Nel caso di aggiunta del settore merceologico alimentare, la superficie di parcheggio è quella risultante dal prodotto del parametro relativo al settore alimentare di cui all'Allegato A1 per la superficie di vendita dell'esercizio commerciale.

4. Nei casi di ampliamento della superficie di vendita di una struttura preesistente, la superficie di parcheggio è pari al prodotto del parametro fissato dall'Allegato A1 per la superficie di vendita globale comprensiva dell'area di ampliamento.

5. L'adeguamento di cui al comma 2 non è previsto per il trasferimento, per le nuove aperture e per gli ampliamenti che non superano il limite di soglia delle medie strutture di vendita attuati a mezzo di concentrazioni od accorpamenti di esercizi commerciali esistenti da almeno cinque anni, fatta salva diversa disposizione comunale.

6. Le aree di parcheggio sono realizzate secondo le seguenti prescrizioni:

a) diretta contiguità fisica e funzionale con le relative strutture commerciali; in caso d'impossibilità, la distanza tra l'area di parcheggio e la struttura commerciale, misurata dai punti più vicini, non deve superare i trecento metri. Le aree di parcheggio sono rese disponibili anche a mezzo della costituzione di apposito diritto di uso delle medesime aree per tutta la durata di attività dell'esercizio commerciale. I Comuni prevedono per le medie strutture il rispetto della dotazione delle aree a parcheggio tramite la stipula di apposita convezione avente ad oggetto la costituzione del diritto di superficie sull'area pubblica contigua alla struttura, previa idonea procedura ad evidenza pubblica tramite bando;

b) rimozione delle barriere architettoniche per gli utenti fisicamente impediti;

c) chiara segnalazione del percorso di accesso al parcheggio e di immissione nella viabilità;

d) separazione tra l'entrata e l'uscita del parcheggio, anche mediante barriere fisse o mobili;

e) raccordo fra parcheggio e viabilità principale costituito, preferibilmente, da due varchi a senso unico opportunamente distanziati o separati;

f) installazione di una o più isole per i rifiuti delle specie per le quali viene effettuata, da parte del Comune o di altri enti, la raccolta differenziata dei rifiuti;

g) attenuazione dell'inquinamento visivo delle aree di sosta di veicoli che, se eccedono la superficie di metri quadrati cinquemila, devono essere intervallate da fasce alberate, costituite da specie climatiche mediterranee, per una superficie non inferiore al cinque per cento dell'area di sosta della clientela;

h) apertura delle aree destinate al parcheggio per l'intera fascia oraria di attività dell'esercizio commerciale cui sono legati da vincolo pertinenziale;

i) possibilità di uso del parcheggio da parte del Comune, nei periodi di chiusura dei relativi esercizi commerciali, per spettacoli, manifestazioni, fiere ed eventualmente per esperienze di commercio su aree pubbliche.

6-bis. Per gli esercizi commerciali ubicati nei centri urbani è riconosciuta la possibilità di stipulare apposite convenzioni con i parcheggi autorizzati, esistenti in loco, al fine di riservare a servizio esclusivo dell'utenza, un numero di posti-auto sufficiente a soddisfare le esigenze della clientela. Con successivo

atto, la Giunta regionale, tenuto conto della superficie delle strutture di vendita e delle prescrizioni previste al comma 6, definisce il numero di posti-auto necessari. (1)

7. Le aree di parcheggio sono computate come insieme dei posti auto e della viabilità di servizio, ad esclusione delle strutture viarie di raccordo con la viabilità di comunicazione. La dotazione di aree di parcheggio di cui ai parametri di parcheggio dell'Allegato A1 soddisfa anche gli standard richiesti da altre norme urbanistiche.

(1) Comma aggiunto dall'articolo 9, comma 1 della legge regionale 8 agosto 2016, n. 22.

Art. 23

(Aree destinate ad uso pubblico ed a movimentazione delle merci)

1. Gli esercizi commerciali rispettano la dotazione di aree destinate all'uso pubblico ed alla movimentazione delle merci secondo le misure dell'Allegato A2. L'adeguamento è richiesto in caso di rilascio di nuova autorizzazione o di ampliamento della superficie di vendita.

2. Nel caso di aggiunta del settore merceologico alimentare, la superficie di detti spazi è quella risultante dal prodotto del parametro relativo al settore alimentare di cui all'Allegato A2 per la superficie di vendita dell'esercizio commerciale.

3. Nei casi di ampliamento della superficie di vendita di una struttura preesistente, la superficie di tali spazi è pari al prodotto del parametro fissato dall'Allegato A2 per la superficie di vendita globale, comprensiva dell'area di ampliamento.

4. L'adeguamento di cui al comma 2 non è previsto per il trasferimento, per le nuove aperture e per gli ampliamenti che non superano il limite di soglia delle medie strutture di vendita, attuati a mezzo di concentrazioni o accorpamenti di esercizi commerciali esistenti da almeno cinque anni, fatta salva diversa disposizione comunale.

5. Gli spazi ad uso pubblico sono costituiti per almeno il cinquanta per cento da aree sistemate a verde: essenze arboree o prato ad andamento non pianeggiante. E' necessaria inoltre, la presenza di panchine e di spazi per la sosta dei pedoni e di attrezzature per il gioco dei bambini.

Art. 24

(Orari di vendita)

1. Gli orari e le giornate 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.

[2. In conformità con gli imperativi motivi di interesse generale di tutelare i diritti dei lavoratori e di incrementare i livelli occupazionali, è stabilito che per le medie e grandi strutture almeno il venti per cento del totale delle ore lavorative effettuate nei giorni festivi è svolto non facendo ricorso al lavoro straordinario degli addetti già impiegati nel corso dei giorni feriali e ricorrendo a nuova occupazione o al turnover dei dipendenti**]**(1).

3. L'esercente è tenuto a rendere noto al pubblico l'orario di effettiva apertura e di chiusura del proprio esercizio mediante cartelli o altri mezzi idonei di informazione, consultabili anche nel corso dell'orario di chiusura dell'attività.

(1) Comma abrogato dall'articolo 1, comma 44, lettera f) della legge regionale 7 agosto 2014, n. 16.

Art. 25

(Vendite straordinarie)

1. Per vendite straordinarie si intendono le vendite sottocosto, le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione, le vendite promozionali nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive di acquisto dei propri prodotti.

2. Per vendita sottocosto si intende la vendita straordinaria di uno o più prodotti effettuata ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorato dell'imposta sul valore aggiunto e di ogni altra imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto, se documentati.

3. E' vietata la vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che, da solo o congiuntamente a quelli dello stesso gruppo di cui fa parte, detiene una quota superiore al cinquanta per cento della superficie di vendita complessiva esistente nel territorio della provincia dove ha sede l'esercizio, con riferimento al settore merceologico di appartenenza, intendendosi per gruppo una pluralità di imprese commerciali controllate da una società o collegate, ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, oppure all'interno della quale vi sia comunque la possibilità di stabilire politiche comuni di prezzo.

4. La vendita sottocosto è comunicata al Comune dove è ubicato l'esercizio almeno dieci giorni prima dell'inizio ed è effettuata soltanto tre volte nel corso dell'anno; ogni vendita sottocosto non può avere una

durata superiore a dieci giorni ed il numero delle referenze oggetto di ciascuna vendita sottocosto non può essere superiore a cinquanta. La comunicazione è effettuata soltanto con modalità che ne attestano l'avvenuta ricezione da parte dell'ente, come lettera a mano, raccomandata assicurata o posta elettronica certificata.

5. Non può essere effettuata una nuova vendita sottocosto se non è decorso almeno un periodo pari a venti giorni dalla precedente vendita, salvo che per la prima vendita sottocosto dell'anno. In applicazione del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74 (Attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in materia di pubblicità ingannevole e comparativa) indipendentemente dall'effettiva esecuzione della vendita sottocosto, sono vietati gli annunci e i messaggi pubblicitari, effettuati con qualsiasi mezzo, relativi ad operazioni di vendita sottocosto non consentite.

6. Ai fini dell'individuazione di una vendita sottocosto, per prezzo di vendita al pubblico di un prodotto si intende il prezzo effettivamente praticato ai consumatori alle casse. Sono considerate ingannevoli, ai sensi del decreto legislativo 74/1992, le comunicazioni di cui al comma 13 nel caso di vendita non effettivamente effettuata sottocosto.

7. Le disposizioni per le vendite sottocosto non si applicano agli esercenti il commercio sulle aree pubbliche e nei mercati su area privata, alle vendite promozionali non effettuate sottocosto e alle vendite di liquidazione e di fine stagione, nonché alle vendite disposte dall'autorità giudiziaria nell'ambito di una procedura di esecuzione forzata o fallimentare.

8. E' comunque consentito effettuare la vendita sottocosto:

a) dei prodotti alimentari freschi e deperibili;

b) dei prodotti alimentari se mancano meno di tre giorni alla data di scadenza o meno di quindici giorni alla data del termine minimo di conservazione, nel rispetto delle disposizioni del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109 (Attuazione delle direttive n. 89/395/CEE e n.89/396/CEE concernenti l'etichettatura, la presentazione e la pubblicità dei prodotti alimentari);

c) dei prodotti tipici delle festività tradizionali se è trascorsa la ricorrenza o la data della loro celebrazione;

d) dei prodotti il cui valore commerciale è significativamente diminuito a causa di modifiche della tecnologia utilizzata per la loro produzione o di sostanziali innovazioni tecnologiche apportate agli stessi prodotti, oppure a causa dell'introduzione di nuove normative relative alla loro produzione o commercializzazione;

e) dei prodotti non alimentari difettati, dei quali è lecita la vendita e garantita la sicurezza secondo la vigente disciplina, o che hanno subito un parziale deterioramento imputabile a terzi, oppure ad agenti naturali o a fatti accidentali nonché di quelli usati per dimostrazioni, mostre, fiere o prove o che, comunque, sono stati concretamente utilizzati prima della vendita.

9. E' inoltre consentito effettuare la vendita sottocosto in caso di ricorrenza dell'apertura dell'esercizio commerciale o della partecipazione al gruppo del quale l'esercizio fa parte, con cadenza almeno quinquennale di apertura di un nuovo esercizio commerciale, di avvenuta ristrutturazione totale dei locali anche se si è proceduto, prima della ristrutturazione, alla vendita di liquidazione o di modifica e integrazione dell'insegna tali da incidere sul carattere individuante della stessa.

10. Le vendite sottocosto di cui ai commi 8 e 9 non sono soggette alla comunicazione prevista nel comma 4.

11. Per la garanzia della tutela e della corretta informazione del consumatore, le vendite sottocosto sono effettuate nel rispetto delle seguenti condizioni:

a) specifica comunicazione, anche nel caso di messaggi pubblicitari all'esterno o all'interno del locale, recante l'indicazione chiara ed inequivocabile dei prodotti, del quantitativo disponibile per ciascuna referenza e del periodo temporale della vendita, nonché delle relative circostanze nel caso dei prodotti di cui al comma 8, lettere d) ed e);

b) inequivocabile identificazione dei prodotti in vendita sottocosto all'interno dell'esercizio commerciale.

12. Se non è possibile rispettare, per l'intero periodo preannunciato, le condizioni di cui al comma 11, lettera a), è immediatamente resa pubblica la fine anticipata dell'offerta con i medesimi mezzi di comunicazione.

13. Resta ferma la competenza dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ad intervenire ai sensi del decreto legislativo 74/1992 e, nel caso di vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che abusa di posizione dominante, ai sensi dell'articolo 3 della legge 10 ottobre 1990, n. 287 (Norme per la tutela della concorrenza e del mercato).

14. Resta ferma inoltre, la competenza del giudice ordinario, nel caso di vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che compie atti di concorrenza sleale rientranti nelle ipotesi di cui all'articolo 2598, comma 1, numero 3), del codice civile.

15. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali, per un periodo non eccedente le sei settimane, elevato a tredici settimane nei casi di cessione, trasferimento, cessazione o chiusura dell'azienda, previa comunicazione al Comune dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti.

16. L'interessato, almeno quindici giorni prima dell'inizio della vendita, comunica i motivi, la data d'inizio e la durata della vendita di liquidazione al Comune che, dopo la conclusione delle vendite, verifica la realizzazione di quanto dichiarato dall'interessato.

17. Le vendite di fine stagione relative ai prodotti di carattere stagionale o di moda che sono suscettibili di notevole deprezzamento se non sono venduti entro un certo periodo di tempo, sono effettuate nel periodo concordato in sede di conferenza delle Regioni. (1)

18. L'attività di vendita di fine stagione deve essere resa nota alla clientela tramite gli opportuni mezzi di informazione e senza necessità di alcuna comunicazione al Comune sede dell'esercizio commerciale.

19. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente per tutti o una parte dei prodotti merceologici, per tutti i periodi dell'anno e senza limitazioni di tempo con il solo obbligo di adeguata informativa al pubblico.

20. Nelle vendite straordinarie le merci sono esposte con l'indicazione del prezzo praticato prima della vendita straordinaria e del nuovo prezzo con il relativo sconto o ribasso effettuato espresso in percentuale.

(1) Comma così integralmente sostituito dall'articolo 7, comma 1 della legge regionale 8 agosto 2016, n. 22.

Art. 26 (1)

(Centri di assistenza tecnica e formazione professionale)

1. Per sviluppare i processi di ammodernamento della rete distributiva, la Regione autorizza i Centri di Assistenza Tecnica, di seguito denominati CAT, a fornire assistenza tecnica alle imprese commerciali. Essi sono costituiti, anche in forma consortile, a livello provinciale, dalle associazioni di categoria del settore e da altri soggetti interessati senza scopo di lucro che abbiano almeno 3 anni di operatività alla data di richiesta del riconoscimento regionale.

2. Ai fini dell'autorizzazione regionale i CAT svolgono l'attività di assistenza tecnica, di formazione e di aggiornamento in materia di innovazione tecnologica e organizzativa, di gestione economica e finanziaria di impresa, di accesso ai finanziamenti anche comunitari, di sicurezza e tutela dei consumatori, di tutela dell'ambiente, di igiene e sicurezza sul lavoro, dei requisiti professionali per l'attività commerciale e altre materie previste dal proprio statuto, nonché di attività finalizzate alla certificazione di qualità degli esercizi commerciali, anche a favore delle imprese non iscritte ad associazioni di categoria.

3. La Giunta regionale con il piano annuale di formazione professionale, nel rispetto del decreto legislativo 16 gennaio 2013, n. 13 (Definizione delle norme generali e dei livelli essenziali delle prestazioni per l'individuazione e validazione degli apprendimenti non formali e informali e degli standard minimi di servizio del sistema nazionale di certificazione delle competenze, a norma dell'articolo 4, commi 58 e 68, della legge 28 giugno 2012, n. 92) approva:

a) i programmi dei corsi di formazione professionale per il commercio relativo al settore alimentare;

b) i CAT emanazione di associazioni di categoria relative a piccole e medie imprese operanti nel settore commerciale, turistico e dei servizi che svolgono attività associativa in ambito nazionale ed abbiano una sede operativa sul territorio della regione Campania attuano per conto della Regione i programmi dei corsi di formazione professionale per il commercio relativo al settore alimentare, la rappresentatività regionale o provinciale delle singole associazioni è dimostrata con le modalità previste nell'articolo 14;

c) i programmi di corsi specifici di aggiornamento finalizzati a elevare il livello professionale o a riqualificare gli operatori in attività.

(1) Articolo così sostituito dall'articolo 5, comma 1, lettera b) della legge regionale 5 aprile 2016, n. 6.

Art. 27

(Osservatorio regionale sulla rete commerciale)

1. La Regione assicura, con la collaborazione dei Comuni e delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, il sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva, attraverso la costituzione di un apposito Osservatorio al quale partecipano anche i rappresentanti degli Enti locali, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese di commercio e dei lavoratori dipendenti coordinato da un Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato.

2. L'Osservatorio regionale, presieduto dall'Assessore regionale competente o suo delegato, è costituito da:

a) tre dirigenti regionali nominati dal Presidente della Giunta regionale della Campania;

b) un membro designato dall'Unione Province della Campania;

c) un membro per ogni provincia designato dall'ANCI Campania;

d) un membro per ogni Camera di Commercio della Regione;

e) tre membri designati dalle associazioni dei consumatori;

f) sei membri designati dalle associazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale presenti nel CNEL;

g) tre membri designati dalle associazioni della cooperazione di consumatori e dettaglianti;

h) tre membri designati dalle associazioni sindacali dei lavoratori dipendenti del commercio;

i) due segretari designati dal Presidente dell'Osservatorio tra i funzionari del competente dipartimento della Giunta regionale ;

l) tre esperti in materia commerciale designati dall'Assessore regionale competente.

3. L'Osservatorio regionale ha il compito di monitorare l'entità e l'efficienza della rete di vendita per verificare la reale capacità della disciplina prevista dalla presente legge, orientata a favorire la maggiore liberalizzazione del settore, la programmazione gestita dagli enti locali, il pluralismo delle diverse tipologie distributive e il riconoscimento al servizio commerciale di caratteristiche in relazione ai diversi ambiti territoriali.

4. L'Osservatorio regionale, nominato con decreto del Presidente della Giunta Regionale su proposta dell'Assessore competente, su indicazione e indirizzi dell'Osservatorio nazionale, predispone la banca dati a scopo statistico e documentario.

5. L'Osservatorio si riunisce presso il competente ufficio della Giunta regionale. Ai componenti esterni nonché ai componenti di cui alle lettere i) e l), del comma 2, spetta il rimborso delle spese.

6. Agli oneri per l'Osservatorio regionale si fa fronte con gli stanziamenti di bilancio, la cui entità è determinata con le successive leggi di bilancio, utilizzando quota parte delle risorse assegnate alla Regione ai sensi degli articoli 8 e 9 della legge 16 maggio 1970 n. 281 (Provvedimenti finanziari per l'attuazione delle Regioni a statuto ordinario).

7. I componenti dell'Osservatorio regionale sulla rete commerciale restano in carica per tre anni e possono essere rinnovati. Il rinnovo è effettuato almeno tre mesi prima della scadenza con le stesse procedure della nomina. I componenti assenti, senza giustificato motivo per tre volte consecutive alle sedute dell'Osservatorio, decadono dalla carica. L'Osservatorio regionale, al termine del mandato, continua in prorogatio sino alla nomina del nuovo Osservatorio.

CAPO IV - Disciplina del Commercio su Aree Pubbliche

Art. 28
(Definizioni e finalità)

1. Ai fini della legge si intende per:

a) commercio sulle aree pubbliche, l'attività di vendita di merci al dettaglio e la somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo o sulle aree private delle quali il Comune ha la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;

b) aree pubbliche, le strade, i canali, le piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico;

c) operatore, il commerciante su aree pubbliche, titolare di autorizzazione, che vende al dettaglio e somministra al pubblico alimenti e bevande su posteggio in concessione o in forma itinerante;

d) posteggio, la parte di area pubblica o di area privata della quale il Comune ha la disponibilità e data in concessione all'operatore;

e) mercato, l'area pubblica o privata della quale il Comune ha 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 in sede propria, il mercato che ha luogo in area destinata a tale uso dallo SIAD, costruito ed utilizzato per il commercio, con configurazioni edilizie specifiche, materiali adatti e servizi propri;

g) mercato su strada, il mercato che occupa per un certo tempo nell'arco della giornata, spazi aperti non predisposti per l'esercizio dell'attività commerciale, sui quali si alterna con altre attività cittadine;

h) fiera, la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private delle quali il Comune ha la disponibilità, di operatori autorizzati ad esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività;

i) sagra, la manifestazione di interesse prettamente locale che si svolge in modo ricorrente od occasionale, in coincidenza di particolari avvenimenti religiosi o altre ricorrenze folcloristiche o di tradizione locale;

l) presenze in un mercato, il numero delle volte che l'operatore si è presentato in tale mercato, anche se non ha svolto l'attività;

m) presenze effettive in una fiera, il numero delle volte che l'operatore ha esercitato l'attività in tale fiera;

n) regolamento, lo strumento comunale, previsto nell'articolo 30, che disciplina l'esercizio del commercio su aree pubbliche;

o) negozio mobile, il veicolo immatricolato secondo il codice della strada come veicolo speciale ad uso negozio avente le caratteristiche generali di cui all'articolo 4 dell'ordinanza del Ministero della salute del 3 aprile 2002 (Requisiti igienico-sanitari per il commercio dei prodotti alimentari sulle aree pubbliche), adibito all'esercizio del commercio su aree pubbliche dei prodotti alimentari nei posteggi isolati o riuniti in un mercato;

p) somministrazione di alimenti e bevande, la vendita di alimenti e bevande effettuata su aree pubbliche o su aree private della quale il Comune ha la disponibilità, unitamente alla predisposizione di impianti o attrezzature per consumare sul posto i prodotti acquistati.

2. La Regione, con le norme di disciplina del commercio su aree pubbliche, persegue le seguenti finalità:

a) garantire una presenza del commercio su aree pubbliche rispondente alle esigenze dei consumatori con mercati giornalieri o periodici, dimensionati e ubicati in modo da garantire al consumatore la possibilità di scelta in un ambito concorrenziale;

b) assicurare che gli insediamenti del commercio su aree pubbliche in sede fissa o l'esercizio dell'attività in forma itinerante sono integrati con le altre forme distributive ed eventualmente con altri servizi e attrezzature, sono coerenti con un ordinato assetto urbano e rispettano le esigenze di carattere igienico-sanitario;

c) favorire lo svolgimento del commercio su aree pubbliche entro mercati organizzati e ubicati in sede propria ed attrezzata;

d) favorire la pedonalizzazione delle aree urbane in cui si svolgono i mercati per evitare la congestione del traffico veicolare.

Art. 29

(Rilevazione del commercio su aree pubbliche)

1. I Comuni, annualmente, con l'ausilio della modulistica predisposta dalla Regione, provvedono alla rilevazione:

a) dei mercati, fiere e sagre esistenti nel territorio comunale con la relativa periodicità ed ubicazione;

b) dei posteggi distinti, dove è previsto dall'atto istitutivo, per settore alimentare e non alimentare;

c) delle autorizzazioni distinte per tipologia di tipo A e di tipo B, e per settore merceologico.

2. La rilevazione di cui al comma 1 effettuata con modelli predisposti dall'ufficio regionale competente consente l'elaborazione e la rappresentazione globale dei dati ai fini statistici e programmatori.

Art. 30

(Regolamento comunale per il commercio su aree pubbliche)

1. I Comuni adottano, nello SIAD, il regolamento per l'esercizio del commercio su aree pubbliche, che contiene:

a) le modalità di svolgimento del commercio itinerante;

b) le modalità di svolgimento del commercio su aree pubbliche a posto fisso;

c) la disciplina urbanistica per le aree attrezzate con posteggi in concessione ed il coordinamento con gli strumenti urbanistici generali e particolareggiati;

d) l'indicazione delle zone nelle quali il commercio su aree pubbliche in forma itinerante è vietato o soggetto a particolari limitazioni;

e) l'individuazione delle aree riservate agli imprenditori agricoli.

2. Le modalità di cui al comma 1, lettera b), contengono:

a) la tipologia del mercato o di altra manifestazione locale;

b) gli estremi degli atti istituzionali di conferma, di nuova istituzione o di modifica dei mercati;

c) il giorno o i giorni e gli orari di svolgimento;

d) le modalità di sospensione del mercato o delle altre manifestazioni previste dalla legge;

e) la planimetria dell'area mercatale con l'indicazione della tipologia di ogni singolo posteggio;

f) le modalità di accesso degli operatori e la sistemazione delle attrezzature di vendita;

g) la descrizione della circolazione pedonale e veicolare e l'ubicazione dei parcheggi;

h) le modalità di tenuta e consultazione del ruolino di mercato, ovvero della pianta organica, con i dati d'assegnazione dell'autorizzazione, il settore merceologico, la superficie assegnata;

i) le modalità di assegnazione dei posteggi temporaneamente disponibili;

l) il richiamo delle modalità di pagamento delle tasse e tributi comunali relativi allo smaltimento dei rifiuti solidi e al canone per la concessione del posteggio;

m) il richiamo dei criteri per il rilascio, la sospensione, la scadenza e la rinuncia dell'atto di concessione del posteggio;

n) la definizione della modalità di vendita e di pubblicità dei prezzi;

o) la definizione delle sanzioni pecuniarie accessorie;

p) la composizione dell'eventuale commissione di mercato avente finalità informative, consultive e propositive tra operatori ed amministrazioni comunali;

q) il richiamo delle modalità di subingresso;

r) il richiamo delle norme igienico-sanitarie per la vendita di generi alimentari;

s) le modalità di registrazione delle assenze;

t) il richiamo dei criteri per l'assegnazione e l'accesso ai posteggi degli imprenditori agricoli;

u) il richiamo delle modalità di esercizio dell'attività sulle aree demaniali.

Art. 31

(Autorizzazioni per il commercio su aree pubbliche)

1. Il commercio su aree pubbliche è svolto:

a) sui posteggi dati in concessione;

b) su qualsiasi area se in forma itinerante e se l'area non è espressamente preclusa dal Comune.

2. Il commercio su aree pubbliche è soggetto ad autorizzazione amministrativa previa domanda effettuata con la conforme modulistica ed è svolto da persone fisiche o persone giuridiche in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

3. L'attività di vendita mediante l'utilizzo di un posteggio di cui al comma 1, lettera a), classificata tipologia A è soggetta ad autorizzazione comunale ed abilita anche all'esercizio in forma itinerante nel territorio regionale e nei posteggi occasionalmente liberi, nonché alla partecipazione alle fiere che si svolgono nel territorio nazionale.

4. L'attività di vendita sulle aree pubbliche in forma itinerante di cui al comma 1, lettera b), classificata tipologia B, è soggetta ad autorizzazione comunale.

5. L'autorizzazione di cui al comma 4, abilita all'esercizio dell'attività in forma itinerante nel territorio nazionale, alla vendita al domicilio del consumatore, nei locali dove si trova per motivi di lavoro, di studio, di cura, di intrattenimento o di svago, nonché nelle fiere e nei posteggi dei mercati occasionalmente liberi nell'ambito del territorio nazionale.

6. Nella domanda prevista nel comma 2 l'interessato dichiara:

a) di essere in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7;

b) il settore o i settori merceologici per i quali intende esercitare l'attività.

7. L'autorizzazione all'esercizio dell'attività di vendita su aree pubbliche dei prodotti alimentari abilita anche alla somministrazione dei medesimi prodotti se il titolare risulta in possesso dei requisiti prescritti per entrambe le attività. L'abilitazione alla somministrazione deve risultare da annotazione sul titolo autorizzativo.

8. L'esercizio del commercio su aree pubbliche dei prodotti alimentari è soggetto alle norme comunitarie e nazionali che tutelano le esigenze igienico-sanitarie.

9. L'autorizzazione all'esercizio del commercio su aree pubbliche nelle stazioni, negli aeroporti e nelle autostrade è subordinata al preventivo permesso del soggetto proprietario o gestore.

10. Nell'ambito territoriale della Regione è consentito l'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche ai soggetti autorizzati dalle altre Regioni italiane o dei Paesi dell'Unione europea.

11. In materia di commercio sulle aree pubbliche la Regione recepisce il protocollo d'intesa Stato - Regioni in vigore.

12. Al fine della salvaguardia del decoro e dell'ambiente urbano, in applicazione dell'articolo 30, comma 5-ter, del decreto-legge 69/2013 convertito dalla legge 98/2013, la Regione Campania interdice l'attività di somministrazione di alimenti effettuata con strutture movibili con ruote, sul lungomare dei Comuni capoluogo.

Art. 32

(Rilascio delle autorizzazioni di tipologia A)

1. Le autorizzazioni per il commercio su aree pubbliche sono rilasciate per i settori merceologici alimentare e non alimentare. Le concessioni di posteggio scadute dopo la data di entrata in vigore del decreto legislativo 59/2010 e già prorogate per effetto dell'articolo 70, comma 5, del citato decreto fino alla data del 5 luglio 2012, sono ulteriormente prorogate fino al compimento di sette anni dalla data di entrata in vigore del medesimo decreto legislativo, cioè fino all'8 maggio 2017. Le concessioni di posteggio che scadono nel periodo compreso fra il 5 luglio 2012 ed i cinque anni successivi, sono prorogate fino al termine di tale periodo, cioè fino al 5 luglio 2017.

2. Per il rilascio di autorizzazioni di tipo A che abilitano anche all'esercizio in forma itinerante nell'ambito del territorio regionale i Comuni, sede di posteggio, devono far pervenire alla Regione Campania, presso l'Ufficio regionale competente, entro il 30 luglio di ogni anno, il numero dei posteggi che si sono resi disponibili nei mercati periodici, compresi quelli stagionali, specificandone la periodicità, il numero identificativo, la superficie ed eventualmente l'appartenenza al settore alimentare o extralimentare o la specifica tipologia, se trattasi di mercato specialistico e se prevista nell'atto istitutivo del mercato a cui si riferiscono.

3. Entro quarantacinque giorni la Regione rende pubblico nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania l'elenco dei posteggi disponibili, nonché il modello di bando a cui i Comuni devono uniformarsi.

4. Entro venti giorni dalla data di pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania dello specifico bando comunale gli operatori trasmettono, a mezzo raccomandata o posta elettronica certificata, le domande di partecipazione ai bandi ai Comuni sede di posteggi. I Comuni sedi di posteggio espletano i bandi e provvedono, in conformità ai criteri di assegnazione, alla pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania della relativa graduatoria che contiene l'elenco dei nominativi degli aventi diritto e delle eventuali riserve degli idonei. Per le selezioni successive alle proroghe di cui al periodo transitorio, i Comuni danno la massima evidenza alle disposizioni adottate in attuazione del decreto legislativo 59/2010 e, almeno novanta giorni prima della effettuazione delle selezioni, danno comunicazione delle selezioni stesse anche mediante avvisi pubblici, informando le strutture comunali o, dove non istituite, quelle provinciali delle organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore e legalmente costituite. Per il rilascio delle concessioni di posteggio, alla scadenza delle proroghe di cui al comma 1, nel caso di pluralità di domande concorrenti per l'assegnazione di un posteggio, le regole delle procedure di selezione per l'assegnazione dei posteggi su area pubblica sono improntate ai seguenti criteri:

a) maggiore professionalità acquisita, anche in modo discontinuo, nell'esercizio del commercio sulle aree, valutabile in riferimento all'anzianità di esercizio dell'impresa, compresa quella acquisita nel posteggio al quale si riferisce la selezione che, in sede di prima applicazione, ha una specifica valutazione nel limite del quaranta per cento del punteggio complessivo. L'anzianità di impresa è comprovata dall'iscrizione quale impresa attiva nel Registro delle imprese, riferita nel suo complesso al 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) nel caso di procedure di selezione per la concessione di posteggi dislocati nei centri storici o in aree aventi valore storico, archeologico, artistico e ambientale o presso edifici aventi tale valore oltre ai criteri di cui alla lettera a), da considerare comunque prioritari, anche l'assunzione dell'impegno, da parte del soggetto candidato, a rendere compatibile il servizio commerciale con la funzione e la tutela territoriale e, pertanto, a rispettare le eventuali condizioni particolari, comprese quelle correlate alla tipologia dei prodotti offerti in vendita e alle caratteristiche della struttura utilizzata, stabilite dall'autorità competente ai fini della salvaguardia delle aree predette;

c) presentazione di apposita documentazione che attesta la regolarità della posizione dell'impresa, individuale e societaria ai fini previdenziali, contributivi e fiscali;

d) per le nuove autorizzazioni, l'obbligo di presentazione di idonea documentazione che attesta la regolarità della posizione d'impresa ai fini previdenziali, contributivi e fiscali mediante il documento unico di regolarità contributiva, di seguito denominato DURC, decorre dal dodicesimo mese dalla data di entrata in vigore della presente legge.

4 bis. Nelle more del riordino della normativa regionale in materia, per far fronte alle situazioni di disagio sociale del settore, le disposizioni di cui al comma 4, lettere c) e d) non si applicano ai soggetti che esercitano l'attività di commercio su aree pubbliche fino alla scadenza delle concessioni rese ai sensi dell'articolo 70, comma 5, del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno). (1)

5. Il Comune sede di posteggio provvede sulla base del provvedimento di assegnazione del posteggio a rilasciare la relativa autorizzazione e la comunica al Comune di residenza dell'operatore ai fini della gestione di uno specifico archivio che consente il controllo di tutta l'attività di ogni singolo operatore e delle eventuali modifiche della stessa attività.

6. Entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge i Comuni in cui sono localizzati i posteggi convertono d'ufficio le autorizzazioni e le relative concessioni già rilasciate agli operatori su posteggio in base alla normativa del decreto legislativo 114/1998.

(1) Comma aggiunto dall'articolo 9, comma 3 della legge regionale 27 gennaio 2017, n. 3.

Art. 33

(Rilascio delle autorizzazioni di tipologia B)

1. Al rilascio di nuove autorizzazioni di tipologia B provvede il Comune in cui si intende avviare l'attività.

2. Entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, i Comuni competenti convertono d'ufficio in nuove autorizzazioni le autorizzazioni già rilasciate ai sensi della previgente normativa.

Art. 34

(Modifica del settore merceologico)

1. L'operatore commerciale titolare di autorizzazione per il commercio su aree pubbliche può chiedere al Comune competente l'aggiunta di un altro settore merceologico o la sostituzione del settore merceologico già autorizzato.

2. La modifica di cui al comma 1 è assentita dal Comune, previa verifica del possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività.

Art. 35

(Trasferimento di residenza)

1. In caso di trasferimento di residenza dell'operatore i dati dell'operatore, connessi alle disposizioni di cui all'articolo 32, comma 5 sono trasmessi al Comune di nuova residenza.

Art. 36

(Tasse regionali e comunali)

1. Il rilascio e il rinnovo delle autorizzazioni su aree pubbliche non sono soggetti a tassazione.

Art. 37

(Modalità di esercizio dell'attività)

1. L'esercizio del commercio su aree pubbliche è subordinato al rispetto delle condizioni e delle modalità stabilite dal Comune.

2. Il Comune individua le zone aventi valore archeologico, storico, artistico ed ambientale nelle quali l'esercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a particolari restrizioni per la salvaguardia delle zone predette, nonché per comprovati motivi di viabilità, di carattere igienico - sanitario o di pubblica sicurezza.

3. E' vietato porre limitazioni e divieti per l'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche per creare zone di rispetto e tutela dei commercianti al dettaglio in sede fissa.

4. L'operatore commerciale su aree pubbliche di cui all'articolo 31, comma 4, esercita al di fuori delle aree di mercato ad una distanza non inferiore ai cinquecento metri e sosta nelle aree e nel limite temporale fissati nel regolamento comunale di cui all'articolo 30.

5. L'autorizzazione amministrativa è esibita ad ogni richiesta degli organi di vigilanza.

6. In caso di assenza del titolare o dei soci, l'esercizio dell'attività è consentito a dipendenti o collaboratori familiari che risultano da dichiarazione redatta in conformità agli articoli 46 e seguenti del decreto del Presidente della Repubblica 445/2000 che attesta la natura del rapporto con l'azienda titolare ed il possesso dei requisiti morali e professionali richiesti per l'esercizio dell'attività. La dichiarazione è esibita su richiesta dei soggetti incaricati dal Comune per l'attività di vigilanza e controllo.

7. È vietata qualsiasi discriminazione connessa al rilascio delle autorizzazioni o all'espletamento dell'attività in relazione a cittadinanza, sesso e religione o, per quanto riguarda le società, all'ubicazione della sede legale, nazionalità, regione, provincia o comune di provenienza.

8. Gli orari di esercizio dell'attività per ciascun mercato sono definiti dal Comune nell'ambito del proprio regolamento, previsto all'articolo 30.

Art. 38

(Autorizzazioni stagionali)

1. Le autorizzazioni stagionali sono rilasciate dal Comune sede di posteggio e sono riferite ad un periodo di tempo anche frazionato, non inferiore a sessanta e non superiore a centottanta giorni, che può comprendere anche periodi di anni diversi, nel rispetto delle modalità stabilite dalla presente normativa.

Art. 39

(Adempimenti per l'inizio dell'attività)

1. L'operatore commerciale su aree pubbliche ai fini del rilascio dell'autorizzazione comprova, anche mediante l'autocertificazione ai Comuni di competenza, il possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7. I Comuni provvedono ad annotare i dati necessari sull'autorizzazione.

Art. 40

(Definizione dei mercati)

1. Per l'applicazione della legge, i mercati di cui all'articolo 28, comma 1, lettera e) sono distinti in:

a) mercato giornaliero o rionale, quello che si svolge per almeno cinque giorni della settimana per la vendita al dettaglio di tutti i prodotti del settore alimentare e non alimentare compresa la somministrazione di alimenti e bevande;

b) mercato giornaliero, di cui alla lettera a) specializzato in particolari merceologie;

c) mercato ordinario, quello che si svolge periodicamente per la vendita al dettaglio di tutti i prodotti del settore alimentare e non alimentare compresa la somministrazione di alimenti e bevande;

d) mercato stagionale, quello di cui alla lettera c) che si svolge nel limite temporale anche frazionato, compreso tra sessantuno e centottanta giorni;

e) mercato specializzato o esclusivo destinato a merceologie del medesimo genere, affini o complementari, con periodicità non giornaliera;

f) mercato straordinario, istituito in occasione di eventi o avvenimenti particolari come le festività natalizie e pasquali;

g) mercato dell'antiquariato e del collezionismo, che ha come specializzazioni merceologiche esclusive o prevalenti l'antiquariato, le cose vecchie, le cose usate, l'oggettistica antica, i fumetti, i libri, le stampe, gli oggetti da collezione.

2. Il Comune, nell'ambito del mercato di cui al comma 1, lettera g) individua i posteggi destinati agli operatori professionali e quelli riservati a soggetti che vendono in modo del tutto sporadico ed occasionale.

3. I soggetti di cui al comma 2 effettuano la vendita di cose antiche ed usate, ai sensi del regio decreto 6 maggio 1940, n. 635, modificato dall'articolo 2 del decreto del Presidente della Repubblica 28 maggio 2001, n. 311 (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 59/1997 e numeri 18, 19, 20 e 35, allegato 1 della legge 50/1999-), fatte salve le disposizioni di legge in materia di prevenzione del riciclaggio.

4. Il Comune provvede a dotare la zona adibita alla vendita di generi alimentari di strutture igienicamente idonee.

5. Il Comune riserva agli imprenditori agricoli apposite aree di mercato, concesse con le modalità previste dal regolamento e verifica che gli stessi imprenditori vendono esclusivamente beni provenienti dalla coltivazione dei propri fondi agricoli.

6. Per i mercati non specializzati sono previste due zone distinte, riservate rispettivamente ai venditori di generi alimentari e ai venditori di generi non alimentari.

Art. 41

(Istituzione di un mercato)

1. L'istituzione di un mercato, di cui all'articolo 44, comma 1, è disposta con deliberazione del Consiglio comunale, previa consultazione delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio maggiormente rappresentate a livello regionale.

2. Per l'individuazione delle aree da destinarsi a nuovi mercati o della delocalizzazione di quelli esistenti, i Comuni tengono conto:

a) delle esigenze di tutela e valorizzazione del patrimonio storico, artistico, culturale e ambientale;

b) delle compatibilità rispetto alle esigenze di carattere igienico-sanitario;

c) delle dotazioni di opere di urbanizzazione primaria e dei necessari servizi, nonché del rispetto delle previsioni dello SIAD.

3. Nella deliberazione di cui al comma 1, sono indicati:

a) l'organico dei posteggi;

b) l'ubicazione del mercato e la sua periodicità;

c) il numero dei posteggi riservati agli imprenditori agricoli anche in relazione alla stagionalità delle produzioni;

d) le attrezzature ed i servizi comunali.

4. La deliberazione del Comune è trasmessa al competente ufficio della Giunta regionale.

5. Se più soggetti, già operatori su aree pubbliche, riuniti in consorzio o società consortili, mettono a disposizione del Comune un'area privata per l'esercizio dell'attività prevista all'articolo 31, comma 1, lettera a), l'area può essere destinata a tale attività con le stesse procedure indicate ai commi 1, 2, 3 e 4, solo se compatibile con le destinazioni urbanistiche. In tal caso i soggetti richiedenti hanno diritto alle rispettive concessioni di posteggio.

Art. 42

(Modifica dei mercati)

1. Per modifica di mercato è inteso l'ampliamento e la riduzione del numero dei posteggi, la variazione della periodicità, nel senso di aumento o di diminuzione dei giorni di svolgimento, nonché della composizione dell'organico in relazione alla variazione del numero dei posteggi riservati ai rispettivi settori merceologici.

2. Le modifiche di cui al comma 1 sono deliberate dal Consiglio comunale, con le modalità previste dall'articolo 41, per assicurare il servizio più idoneo a soddisfare gli interessi dei consumatori e degli operatori per un equilibrio con le altre forme di distribuzione, anche sulla base delle caratteristiche economiche del territorio.

Art. 43

(Trasferimento e sospensione dei mercati)

1. Il trasferimento di un mercato nell'ambito del territorio comunale è deliberato dal Consiglio comunale con le modalità di cui all'articolo 41.

2. La sospensione del mercato avviene per motivi igienico-sanitari ed è comunicata secondo le modalità previste nel regolamento comunale.

3. La sospensione immediata del mercato è disposta dal Sindaco in caso di comprovate esigenze di pubblico interesse, di ordine pubblico e sicurezza o di igiene e sanità pubblica.

Art. 44

(Caratteristiche funzionali dei mercati)

1. Le aree di mercato, esclusi i parcheggi, consentono all'operatore il facile accesso al posteggio e l'adeguata esposizione delle merci.

2. L'ubicazione dei posteggi nei nuovi mercati ha una corsia di passaggio, riferita alla distanza tra le parti frontali ed espositive dei posteggi, non inferiore a metri 2,50 e una corsia laterale compresa tra metri 0,50 e metri 1,00. Il lato del posteggio che consente la visione diretta della merce da parte del pubblico è considerato come parte frontale ed espositiva.

3. I posteggi hanno una superficie utilizzabile anche dai negozi mobili, di cui all'articolo 28, comma 1, lettera o).

4. La copertura del banco espositivo, misurata dal suo punto più basso, non è inferiore a metri 2,00.

5. L'istituzione di nuovi mercati giornalieri e periodici è subordinata alla realizzazione di impianti e servizi e al rispetto delle norme sanitarie.

6. Le aree pubbliche e private, dove sono svolti i mercati, a disposizione del Comune previste dall'articolo 41, comma 5, sono dotate dei necessari servizi igienico-sanitari in misura proporzionale al numero dei posteggi.

Art. 45

(Mercati domenicali e festivi)

1. Lo svolgimento di mercati nei giorni domenicali e festivi è consentito esclusivamente:

a) ai mercati, di cui all'articolo 40, comma 1, lettere f) e g);

b) ai mercati, di cui all'articolo 40, comma 1, lettere a), b), c), d), e) se già operanti alla data di entrata in vigore della presente legge.

Art. 46

(Criteri per la concessione e la revoca dei posteggi)

1. La concessione dei posteggi per l'esercizio del commercio sulle aree pubbliche non può essere inferiore ai nove anni; in caso di prescritti o comunque necessari e rilevanti investimenti materiali, non può essere superiore ai dodici anni. La durata della concessione è fissata dal Comune in fase di avvio della relativa selezione, di norma in maniera uniforme, tenendo conto delle esigenze medie di investimento collegate alle caratteristiche dell'insieme dei posteggi interessati. I Comuni, tenuto conto della eventuale tipizzazione dei mercati individuata dalle Regioni, possono stabilire in sede di avvio della selezione una durata minore, comunque non inferiore a sette anni per le concessioni dei posteggi nei mercati a carattere turistico, compresi i posteggi isolati.

2. L'assegnazione dei posteggi disponibili e di quelli non dati in concessione avviene mediante bando di concorso comunale previsto dall'articolo 32, comma 4, al quale partecipano gli operatori commerciali in possesso del titolo autorizzatorio per l'esercizio dell'attività su aree pubbliche ed i soggetti privi del titolo.

3. Le domande sono inviate al Comune sede di posteggio a mezzo posta elettronica certificata o raccomandata postale con le modalità e nei termini stabiliti dagli avvisi pubblici.

4. In caso di fiere, i cui posteggi sono assegnati mediante procedure di selezione a cadenza prestabilita per il periodo corrispondente alla durata della manifestazione, occorre tenere conto delle specifiche caratteristiche di dette manifestazioni, delle modalità di svolgimento, nonché dell'offerta di peculiari merceologie di prodotto correlate a specifiche tradizioni locali. Resta applicabile il criterio di priorità dell'esperienza connessa al maggior numero di presenze pregresse nella medesima fiera, limitatamente ad un numero di volte tale, per ciascun concessionario, da non superare il periodo di ammortamento degli investimenti di cui al comma 1. Decorso tale periodo, alle procedure di selezione per la concessione del posteggio si applicano comunque i criteri prioritari stabiliti dal presente comma, ai fini della decorrenza per il soggetto selezionato di un nuovo limitato periodo di priorità collegato al numero delle presenze pregresse.

5. Nel caso di procedure di selezione per l'assegnazione dei posteggi su aree pubbliche nei mercati o nelle fiere di nuova istituzione, la Regione, sentite le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore e legalmente costituite, stabilisce criteri correlati alla qualità dell'offerta o della tipologia dei servizi forniti anche sulla base della presentazione di specifici progetti innovativi, i quali possono riguardare anche le caratteristiche di compatibilità architettonica.

6. Nel caso di prestatore proveniente da uno Stato appartenente all'Unione europea che partecipa alle procedure di selezione, il possesso dei requisiti di priorità di cui alla presente legge è comprovato mediante la documentazione acquisita in base alla disciplina vigente nello Stato membro e avente la medesima finalità.

7. Per l'assegnazione transitoria dei posteggi temporaneamente non occupati dal titolare della concessione nel mercato o nella fiera, si applica il criterio del maggior numero di presenze; sono tali le volte che il soggetto ha partecipato alla spunta, indipendentemente dall'effettivo utilizzo del posteggio temporaneamente non occupato. Il numero delle presenze maturate è comprovato dalla documentazione acquisita presso il Comune competente.

8. Per la tutela della concorrenza attraverso la pluralità e la differenziazione dell'offerta e per evitare la costituzione di posizioni di tendenziale oligopolio, è stabilito un limite al numero dei posteggi complessivamente assegnabili ad un medesimo soggetto giuridico nell'ambito della medesima area mercatale. A tal fine, fatto salvo un congruo periodo transitorio relativamente ad eventuali situazioni già in atto, un medesimo soggetto giuridico non può essere titolare o possessore di più di due concessioni nell'ambito del medesimo settore merceologico alimentare e non alimentare, in caso di aree mercatali con un numero complessivo di posteggi inferiore o pari a cento posteggi oppure tre concessioni nel caso di aree con numero di posteggi superiore a cento.

9. In fase di prima attuazione si applicano le seguenti disposizioni transitorie:

a) le procedure di selezione per le concessioni dei posteggi nei mercati quotidiani, settimanali, mensili anche stagionali, o fuori i mercati, scadute dopo l'entrata in vigore del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno), devono tenere conto della situazione di incertezza determinatasi ai fini della fissazione dei nuovi criteri e della necessità di evitare disparità di trattamento tra i soggetti che hanno usufruito del rinnovo automatico e i soggetti titolari di concessioni di posteggio scadute dopo l'entrata in vigore del medesimo decreto che per effetto dell'articolo 70, comma 5, non hanno beneficiato di tale possibilità;

b) ai medesimi fini di cui alla lettera a) e per garantire il sufficiente ed uniforme periodo di stabilità, le concessioni di posteggio scadute, dopo la data di entrata in vigore del decreto legislativo 59/2010, e già prorogate per effetto dell'articolo 70, comma 5, del citato decreto fino alla data di entrata in vigore della presente legge, sono ulteriormente prorogate fino al compimento di sette anni dalla data di entrata in vigore del medesimo decreto legislativo; le concessioni di posteggio che scadono nel periodo compreso fra la data di entrata in vigore della presente legge ed i successivi cinque anni sono prorogate fino al termine di tale periodo;

c) ai medesimi fini di cui alle lettere a) e b) la limitazione di cui al comma 4, relativa all'applicazione del criterio prioritario del maggior numero di presenze, si applica con riferimento ad un periodo di ammortamento di sette anni decorrenti dalla data di entrata in vigore del decreto legislativo 59/2010.

10. Per le selezioni successive al periodo transitorio di cui al comma 8, i Comuni danno la massima evidenza alle disposizioni adottate in attuazione della presente legge e, almeno novanta giorni prima dell'effettuazione delle selezioni, danno comunicazione delle selezioni stesse anche mediante avvisi pubblici, informando le strutture comunali o, se non istituite a livello comunale, provinciali delle organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore e presenti nel CNEL.

11. L'operatore che a seguito di partecipazione a più bandi di concorso, risulta assegnatario di un numero di posteggi eccedente il limite di cui al comma 8, deve presentare rinuncia dei posteggi in eccedenza al Comune sede di posteggio.

12. La rinuncia di cui al comma 11 può interessare i posteggi già in concessione o i nuovi.

13. I Comuni sede di posteggio ai quali è pervenuta la rinuncia prevista dal comma 11, riassegnano i posteggi secondo l'ordine della graduatoria.

Art. 47

(Subingresso nella gestione e nella proprietà)

1. L'autorizzazione e la concessione di posteggio è personale. Il trasferimento dell'autorizzazione avviene a seguito di morte del titolare, di cessione dell'azienda o di affidamento in gestione dell'attività commerciale ad altro soggetto in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività.

2. La reintestazione di un'autorizzazione è effettuata a mezzo di SCIA, corredata dalla dichiarazione redatta ai sensi del decreto del Presidente della Repubblica 445/2000 che attesta il possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7 e presentata allo SUAP, a pena di decadenza, entro un anno dalla morte del titolare o entro novanta giorni dall'atto di cessione o di affidamento in gestione dell'attività.

3. L'autorizzazione e la concessione di cui al comma 1, è reintestata, nel caso di morte del titolare, all'erede o agli eredi che ne fanno domanda, se l'amministratore li ha nominati con la maggioranza indicata nell'articolo 1105 del codice civile; in ogni caso il soggetto reintestatario dell'autorizzazione deve essere in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previsti dall'articolo 7.

4. L'erede privo dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7 inizia l'attività soltanto dopo aver acquisito i requisiti e chiesto l'autorizzazione al Comune con apposita istanza.

5. Il soggetto di cui al comma 4, se non inizia l'attività entro il termine di dodici mesi, decorrenti dalla data in cui ha acquisito il requisito, decade dal diritto di esercitare l'attività, fatto salva la richiesta di proroga.

6. Nel caso di morte del titolare, se l'erede non è in possesso dei requisiti per lo svolgimento dell'attività e non intende continuarla, ha facoltà, entro dodici mesi dalla data di decesso, di cedere l'azienda ad altro soggetto in possesso dei requisiti. La SCIA di reintestazione è presentata dal cessionario al Comune in conformità delle disposizioni di cui al comma 2.

7. Il subingresso nella gestione e nella proprietà dell'attività di commercio su aree pubbliche è effettuato dal Comune:

a) sede del posteggio per l'attività di cui all'articolo 31, comma 1, lettera a);

b) di residenza del subentrante per l'attività di cui all'articolo 31, comma 1, lettera b).

8. Il subentrante nell'autorizzazione acquisisce i titoli di priorità in termini di presenze maturate dall'autorizzazione del precedente titolare.

9. Le presenze di cui al comma 8 non sono cumulate a quelle precedentemente possedute o acquisite con altre autorizzazioni di qualsiasi tipologia, né trasferite su altre autorizzazioni disponibili dell'operatore.

Art. 48

(Anagrafe delle imprese)

1. I Comuni hanno l'anagrafe delle imprese contenente:

a) nome, cognome, domicilio, numero di codice fiscale e di partita IVA del titolare dell'autorizzazione;

b) numero e tipologia dell'autorizzazione;

c) numero di iscrizione nel registro delle imprese presso la Camera di Commercio;

d) dati identificativi dei posteggi;

e) settori merceologici autorizzati;

f) i provvedimenti sanzionatori, le variazioni di residenza e di titolarità.

Art. 49

(Canoni per la concessione del posteggio)

1. I canoni minimi e massimi delle tasse di posteggio sono stabiliti dai Comuni.

2. Il canone è applicato esclusivamente dai Comuni che hanno dotato le aree delle infrastrutture e dei servizi essenziali di base, quali l'asfaltatura o la pavimentazione, gli allacciamenti elettrici, idrici e fognari, i servizi e i parcheggi.

3. I limiti del canone di posteggio relativi al metro quadrato annuo sono ricavabili da quelli giornalieri moltiplicati per quaranta settimane e per sette giorni per gli operatori che occupano permanentemente il suolo pubblico e per il numero di giornate di mercato, per gli operatori titolari di posteggio nei mercati periodici.

4. I Comuni nell'ambito dei limiti minimi e massimi di cui al comma 3, possono:

a) differenziare il livello del canone nell'ambito del territorio comunale per tener conto delle diverse tipologie di mercato;

b) differenziare il livello del canone a seconda della stagionalità dell'attività di mercato e dell'esistenza o meno di flussi turistici;

c) graduare nel tempo l'incremento del canone di posteggio.

5. I canoni di cui al comma 1 sono sottoposti a revisione triennale dalla Giunta regionale.

6. I Comuni possono istituire forme di abbonamento per un minimo di quaranta settimane annue, il cui importo medio per giornata di frequenza non potrà comunque essere inferiore all'aliquota minima stabilita per il Comune interessato.

7. I Comuni possono disporre l'esenzione completa o parziale dei tributi locali nell'interesse dei consumatori mediante l'incentivazione della presenza del commercio su aree pubbliche.

CAPO V - Forme Speciali di Vendita

Art. 50

(Spacci interni)

1. La vendita di prodotti a favore di dipendenti di 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 alla SCIA di cui all'articolo 3, comma 1, lettera t) da presentare allo SUAP competente per territorio ed è effettuata in locali non aperti al pubblico e con accesso non dalla pubblica via. L'attività inizia contestualmente al ricevimento di detta segnalazione.

2. Nella segnalazione è dichiarata la sussistenza dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previsti dall'articolo 7, 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. 51

(Apparecchi automatici)

1. La vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici è soggetta alla SCIA, di cui all'articolo 3, comma 1, lettera t) da presentare allo SUAP di cui all'articolo 3 comma 1, lettera s), competente per territorio. L'attività inizia contestualmente al ricevimento della segnalazione.

2. Nella segnalazione è dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7, il settore merceologico e l'ubicazione, nonché, se l'apparecchio automatico è installato nelle aree pubbliche, l'osservanza delle norme sull'occupazione del suolo pubblico.

3. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo è soggetta alle disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita.

Art. 52

(Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione)

1. La vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione è soggetta alla SCIA ai sensi dell'articolo 19 della legge 241/1990 da presentare allo SUAP del Comune nel quale l'esercente ha la residenza se persona fisica, o la sede legale se persona giuridica. L'attività inizia contestualmente al ricevimento della comunicazione.

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

3. Nella segnalazione di cui al comma 1 è dichiarata la tipologia del settore merceologico e la sussistenza del possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

4. Se le operazioni di vendita sono effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva accerta, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attività è in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

5. Durante la trasmissione sono indicati il nome e la denominazione o la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese ed il numero della partita IVA.

Agli organi di vigilanza è consentito il libero accesso al locale, sede del venditore.

6. Sono vietate le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione.

Art. 53

(Vendite effettuate presso il domicilio del consumatore)

1. La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori è soggetta alla SCIA ai sensi dell'articolo 19 della legge 241/1990, da presentare allo SUAP del Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale se persona giuridica. L'attività può essere iniziata contestualmente al ricevimento della comunicazione.

2. Nella segnalazione è dichiarata la tipologia del settore merceologico e la sussistenza dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

3. Il soggetto di cui al comma 1 che intende avvalersi per l'esercizio dell'attività di incaricati 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 per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

4. L'impresa di cui al comma 1, rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate e lo ritira quando perdono i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7. Il tesserino di riconoscimento è numerato e aggiornato annualmente, contiene le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, del nome e della firma del responsabile dell'impresa ed è esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.

5. Le disposizioni per gli incaricati di cui al comma 4 sono applicate anche per la vendita a domicilio del consumatore effettuata dal commerciante su aree pubbliche in forma itinerante, di cui all'articolo 31, comma 1, lettera b).

6. Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 4 è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua la vendita.

Art. 54

(Propaganda ai fini commerciali)

1. L'esibizione, l'illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi forma di propaganda commerciale presso il domicilio del consumatore o nei locali nei quali si trova, anche temporaneamente, per motivi di lavoro, studio, cura o svago sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati e sul tesserino di riconoscimento previsto dal comma 4 dell'articolo 53.

Art. 55

(Commercio elettronico)

1. La Regione promuove l'introduzione e l'uso del commercio elettronico con azioni volte a:

a) sostenere una crescita equilibrata del mercato elettronico;

b) tutelare gli interessi dei consumatori;

c) promuovere lo sviluppo di campagne di informazione ed apprendimento per operatori del settore ed operatori del servizio;

d) predisporre azioni specifiche finalizzate a migliorare la competitività globale delle imprese, con particolare riferimento alle piccole e alle medie, attraverso l'utilizzo del commercio elettronico;

e) favorire l'uso di strumenti e tecniche di gestione di qualità per garantire l'affidabilità degli operatori e accrescere la fiducia del consumatore;

f) partecipare al processo di cooperazione e negoziazione europea ed internazionale per lo sviluppo del commercio elettronico.

2. Per le azioni di cui al comma 1 la Regione può stipulare convenzioni e accordi di programma con soggetti pubblici o privati interessati, nonché con associazioni rappresentative delle imprese e dei consumatori.

Art. 56

(Commercio all'ingrosso)

1. L'esercente del commercio all'ingrosso non può vendere ai clienti prodotti che non sono oggetto della loro attività o che non servono al funzionamento della loro impresa, con l'obbligo di rendere edotta la clientela di tale normativa e di esercitare il necessario controllo.

2. L'esercizio dell'attività di commercio all'ingrosso, compreso quello relativo ai prodotti ortofrutticoli, carnei ed ittici, è subordinato al possesso dei requisiti di cui all'articolo 71 del decreto legislativo 59/2010.

3. Nel caso di esercizio promiscuo negli stessi locali delle attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio, l'intera superficie di vendita è presa in considerazione ai fini dell'applicazione di entrambe le discipline autorizzatorie per le due tipologie di attività.

4. La prescrizione di cui al comma 3, non si applica per la vendita, in maniera esclusiva o prevalente, dei seguenti prodotti: macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, il commercio, l'industria e l'artigianato; materiale elettrico; colori o vernici, carte da parati; articoli per impianti idraulici a gas ed igienici; articoli per riscaldamento; strumenti scientifici e di misura; macchine per ufficio; auto, moto, cicli e relativi accessori e parti di ricambio; combustibili; materiale per l'edilizia; legnami, mobili e ferramenta per l'artigianato e per la piccola impresa. In tali fattispecie di esercizi, l'attività di vendita al dettaglio non separata fisicamente e merceologicamente da quella all'ingrosso, è disciplinata mediante il rilascio di un'autorizzazione all'apertura di una media struttura non alimentare, la cui superficie di vendita è computata nella misura di un terzo della superficie complessiva dell'esercizio, al netto dei depositi, degli uffici, dei collegamenti verticali e dei locali tecnici e, comunque, nel limite massimo previsto dall'articolo 3, comma 1, lettera z), se la superficie complessiva non è superiore a 9.000,00 metri quadrati.

CAPO VI - NORME FINALI

Art. 57

(Sanzioni)

1. Le sanzioni amministrative sono applicate dal Comune dove si è verificata l'infrazione secondo quanto previsto dal presente articolo. Il Comune è l'autorità competente all'accertamento, alla riscossione ed ai relativi introiti di tutte le sanzioni pecuniarie previste dal presente articolo, anche se derivanti da pagamenti in misura ridotta o da ordinanze ingiuntive di pagamento.

2. L'apertura di esercizi commerciali in assenza del prescritto titolo abilitativo, nonché l'assenza o la perdita dei necessari requisiti morali o professionali comportano per il Comune l'obbligo di disporre, previa contestazione, l'immediata chiusura oppure la cessazione dell'attività e, dove rilasciata, il ritiro dell'autorizzazione, nonché l'applicazione della sanzione pecuniaria da euro 2.500,00 a euro 15.000,00.

3. L'ampliamento dimensionale o merceologico, il trasferimento di sede degli esercizi commerciali in assenza del prescritto titolo abilitativo, la violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria sono puniti con le sanzioni previste dal comma 2.

4. L'inosservanza della disciplina delle vendite straordinarie di cui dall'articolo 25, oltre alle sanzioni specifiche previste dalla normativa nazionale ed internazionale, è punita con la sanzione pecuniaria da euro 500,00 a euro 3.000,00.

5. Il sub ingresso, in assenza del prescritto titolo abilitativo, è punito con la sanzione pecuniaria da euro 500,00 a euro 3.000,00.

6. L'esercizio dell'attività commerciale in forma di outlet in assenza dei requisiti di cui all'articolo 3, comma 1, lettera o), è punito con la sanzione pecuniaria prevista dal comma 2.

7. Per le medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita e gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, nonché per i mercati su area privata, l'autorizzazione o la SCIA, se prevista, sono dichiarate decadute se l'attività non inizia entro dodici mesi dalla data rispettivamente di rilascio o di ricezione presso lo SUAP per le strutture medie. Il termine è di ventiquattro mesi per le grandi strutture di vendita e gli esercizi speciali per la vendita di beni ingombranti. I suddetti termini decadenziali possono essere eccezionalmente prorogati in caso di comprovata necessità. Se con l'autorizzazione commerciale sono state autorizzate anche opere edilizie necessarie per l'apertura della media struttura di vendita, la data per l'inizio dell'attività decorre dal giorno di scadenza di cui all'articolo 15 del decreto del Presidente della Repubblica 6 giugno 2001, n. 380 (Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia edilizia).

8. Il termine per l'apertura di una media struttura o di grande struttura di vendita o di un esercizio speciale per merci ingombranti è prorogato al massimo per dodici mesi con provvedimento dello SUAP competente, in caso di comprovata necessità, previa istanza del titolare da presentarsi almeno venti giorni prima della scadenza del titolo amministrativo per l'apertura. Decorso inutilmente il termine di trenta giorni dalla data di protocollo dell'istanza senza che è stato comunicato all'interessato l'eventuale provvedimento di diniego della stessa, il silenzio dell'amministrazione competente equivale a provvedimento di accoglimento della domanda, senza necessità di ulteriori istanze o diffide.

9. Il titolo amministrativo per l'apertura di un esercizio commerciale è revocato, inoltre, se il titolare sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno, salvo che la sospensione dipende da cause non imputabili al titolare.

10. Il dirigente dello SUAP ordina la chiusura di un esercizio commerciale nel caso di sospensione dell'attività per un periodo superiore ad un anno.

11. L'autorizzazione all'esercizio del commercio su aree pubbliche è revocata:

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

b) nel caso di decadenza dalla concessione del posteggio per mancato utilizzo del medesimo in ciascun anno solare per periodi di tempo complessivamente superiori a quattro mesi oppure superiori ad un terzo del periodo di operatività del mercato dove questo sia inferiore all'anno solare, salvo il caso di assenza per malattia, gravidanza o servizio militare;

c) nel caso in cui il titolare non risulta più provvisto dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

12. L'esercizio del commercio su aree pubbliche in assenza del prescritto titolo abilitativo nonché l'assenza o la perdita dei necessari requisiti morali o professionali comportano per il Comune l'obbligo di disporre, previa contestazione, l'immediata cessazione dell'attività, nonché l'applicazione della sanzione pecuniaria da euro 2.500,00 a euro 15.000,00, oltre alla confisca delle attrezzature e della merce.

13. Le sanzioni previste sulla denominazione di outlet, al di fuori dei casi previsti nella definizione di cui all'articolo 3, sono di euro 6.000,00 fino ad euro 30.000,00 con sospensione dell'attività di vendita per un massimo di trenta giorni, in caso di reiterazione.

14. Chiunque eserciti il commercio su aree pubbliche,in violazione delle condizioni e delle modalità stabilite dal Comune, è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 500,00 a euro 3.000,00.

15. L'articolo 4, comma 3, della legge regionale 1° febbraio 2005, n. 2 (Disposizioni in materia di confezionamento e commercializzazione del pane) è così modificato:

“3. I Sindaci provvedono all'irrogazione delle sanzioni e alla riscossione coattiva delle somme ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689 (Modifiche al sistema penale) e della legge regionale 10 gennaio 1983, n. 13 (Norme per l'applicazione delle sanzioni amministrative e pecuniarie di competenza della Regione o di enti da essa delegati o subdelegati). Entro l'anno successivo a quello di riscossione delle sanzioni, i Sindaci ripartiscono ed assegnano alla Regione la metà dei proventi acquisiti in bilancio, derivanti dall'applicazione delle sanzioni. Tali fondi sono iscritti su un apposito capitolo denominato “Azioni di contrasto alle attività commerciali abusive”.

Art. 58

(Comunicazioni alla Regione)

1. I Comuni trasmettono alla Giunta regionale presso l'ufficio regionale competente i dati delle comunicazioni ricevute e delle autorizzazioni rilasciate in materia di commercio in sede fissa e di commercio su aree pubbliche entro il 31 gennaio ed il 31 luglio di ciascun anno.

2. La Regione si riserva di predisporre i modelli di rilevazione nei quali i Comuni riportano i dati annuali.

3. I Comuni inviano alla Giunta regionale presso l'ufficio regionale competente le notizie relative alle fiere-mercato e sagre, ai sensi dell'articolo 7 della legge regionale 4 aprile 1995, n. 11 (Disciplina delle manifestazioni fieristiche) per l'inserimento nel calendario regionale entro il 30 novembre di ciascun anno.

Art. 59

(Attività promozionali della Regione)

1. La Regione assume le iniziative di promozione del comparto commerciale, con riguardo:

a) allo sviluppo dell'innovazione ed all'introduzione di sistemi di controllo di qualità;

b) ai consorzi costituiti fra operatori commerciali al dettaglio;

c) alla valorizzazione delle produzioni tipiche regionali.

Art. 60

(Potere sostitutivo)

1. Per assicurare gli adempimenti previsti dalla presente legge, in caso di inerzia dei Comuni, la Giunta regionale nomina un Commissario ad acta individuato tra il proprio personale dirigenziale.

2. Il Commissario, i cui oneri sono a carico del Comune inadempiente, sostituisce per gli effetti di cui al comma 1 gli organi dell'amministrazione comunale fino all'emanazione dei necessari provvedimenti.

Art. 61

(Regolamento d'attuazione)

1. Entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge la Giunta regionale approva il regolamento di attuazione della presente legge nel rispetto dei seguenti motivi imperativi d'interesse generale: la tutela dei lavoratori compresa la protezione sociale degli stessi, la tutela dei consumatori e dei destinatari di servizi, la tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano e la conservazione del patrimonio regionale storico, culturale, artistico e paesaggistico.

2. Ai fini della deliberazione di cui al comma 1, la Giunta regionale acquisisce l'indicazione dell'Osservatorio regionale, previa convocazione effettuata dall'Assessore regionale competente.

Se l'Osservatorio regionale non fornisce l'indicazione entro il termine di trenta giorni dalla data di prima convocazione, la Giunta regionale ha la facoltà di trasmettere alla competente Commissione consiliare permanente competente in materia la proposta di deliberazione del regolamento di cui al comma 1.

3. La Giunta regionale acquisisce il parere della Commissione consiliare permanente competente in materia, che è reso entro trenta giorni dalla ricezione da parte del Presidente del Consiglio regionale della proposta di deliberazione trasmessa dall'Assessore regionale competente.

4. La deliberazione di Giunta regionale, recante il regolamento di attuazione della presente legge, diventa esecutiva dal giorno successivo alla sua pubblicazione nel bollettino ufficiale della Regione Campania e resta valida fino all'adozione di successiva deliberazione.

Art. 62

(Tavolo di monitoraggio)

1. Presso l'assessorato alle attività produttive è istituito il “Tavolo di monitoraggio sul carofitti delle strutture commerciali” costituito dall'assessore regionale o suo delegato e dalle associazioni di categoria maggiormente rappresentative. La costituzione del tavolo avviene con decreto del direttore generale competente, sentite le categorie interessate. La partecipazione al tavolo è a titolo gratuito.

Art. 63

(Norma finanziaria)

1. All'onere derivante dall'applicazione della presente legge si provvede, per l'anno 2014 con uno stanziamento pari ad euro 50.000,00 a valere sulla missione 14 “Sviluppo economico e competitività”, programma 2 “Commercio, reti distributive, tutela dei consumatori”, mediante prelevamento del medesimo importo dalla missione 20 “Fondi e accantonamenti” del Programma 1 “Fondo di riserva”.

Art. 64

(Disposizioni finali ed abrogazioni)

1. Per quanto di competenza, le leggi dello Stato che modificano la disciplina delle materie regolate dalla presente legge prevalgono sulle norme regionali che sono in contrasto con esse.

2. Sono abrogate le seguenti disposizioni:

a) la legge regionale 7 gennaio 2000, n. 1 (Direttive regionali in materia di distribuzione commerciale. Norme di attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114);

b) la legge regionale 4 luglio 2003, n. 13 (Modifica dell'articolo 20 della legge regionale 7 gennaio 2000, n.1, concernente Direttive regionali in materia di distribuzione commerciale);

c) l'articolo 1 della legge regionale 15 dicembre 2004, n. 12 (Modifica dell'articolo 20 della legge regionale 7 gennaio 2000, n. 1 e dell'articolo 1 della legge regionale 4 luglio 2003, n. 13 e utilizzo del capitolo 5011 – intervento 5 – del bilancio del Consiglio Regionale);

d) il comma 20, dell'articolo 31 della legge regionale 19 gennaio 2007, n. 1 (Disposizione per la formazione del bilancio annuale e pluriennale – legge finanziaria regionale 2007).

3. Sono fatti salvi gli SIAD, le autorizzazioni, le deliberazioni, le istanze, gli atti, nonché gli effetti conseguenti alla legge regionale 1/2000.

4. La presente legge entra in vigore il giorno successivo alla pubblicazione nel bollettino ufficiale della Regione Campania.

La presente legge sarà pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania.

E' fatto obbligo a chiunque spetti, di osservarla e di farla osservare come legge della Regione Campania.

Caldoro

ALLEGATO A1

Dotazione delle aree destinate a parcheggio

a) Per quanto riguarda le medie e le grandi strutture di vendita, la dotazione minima di aree destinate a parcheggio è pari al prodotto della superficie di vendita per il corrispondente coefficiente di seguito stabilito.
Per quanto riguarda gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, la dotazione minima di aree destinate a parcheggio è pari al prodotto della superficie lorda per il corrispondente coefficiente di seguito stabilito:

Tipologia dell'esercizio	Coefficiente
M A/M	1,5
M E	1,0
G1 A/M	2,5
G1 E	2,0
G2 CQ	2,0
G2 CI	2,5
G2 CS	3,0
G ACP	2,0
EMI	1,5
MAP	1,0

b) Per quanto riguarda i parchi commerciali, la dotazione di parcheggio delle medie e grandi strutture di vendita ivi presenti è incrementata del venticinque per cento rispetto ai relativi parametri di cui sopra, in rapporto anche alla destinazione merceologica. Per quanto riguarda gli esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 25.000 metri quadrati, il parametro di parcheggio è incrementato del trenta per cento.

ALLEGATO A2

Dotazione delle aree ad uso pubblico (di cui almeno il cinquanta per cento destinato a verde) e delle aree per la movimentazione delle merci

a) Per quanto riguarda le medie e le grandi strutture di vendita, la dotazione delle aree destinate ad uso pubblico e delle aree per la movimentazione delle merci è pari al prodotto della superficie di vendita per il corrispondente coefficiente di seguito stabilito.
Per quanto riguarda gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, la dotazione delle aree destinate ad uso pubblico e delle aree per la movimentazione delle merci è pari al prodotto della superficie lorda per il corrispondente coefficiente di seguito stabilito

Tipologia dell'esercizio	Aree ad uso pubblico Coefficiente	Aree per movimentazione merci Coefficiente
MA/M - ME	0,03	0,03
GSV	0,05	0,05
EMI	0,03	0,05

b) Per quanto riguarda i parchi commerciali, la dotazione di parcheggio delle medie e grandi strutture di vendita ivi presenti è incrementata del venticinque per cento rispetto ai relativi parametri di cui sopra, in rapporto anche alla destinazione merceologica. Per quanto riguarda gli esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 25.000 metri quadrati, il parametro di parcheggio è incrementato del trenta per cento.

ALLEGATO A3
Documentazione minima da produrre per la richiesta di autorizzazione per i mercati su area privata

1. Relazione illustrativa sulle caratteristiche del soggetto richiedente.
2. Relazione illustrativa sull'iniziativa che si intende realizzare, anche con riferimento agli aspetti organizzativo-gestionali.
3. Pianta dei posteggi, dei parcheggi ad uso della clientela e delle destinazioni d'uso delle aree.
4. Piano di smaltimento dei rifiuti solidi urbani.
5. Studio dell'impatto dell'intervento sul traffico.
6. Piano di attuazione del codice del consumo.
7. Impegno al commercio dei prodotti alimentari provenienti da agricoltura biologica certificata della Regione Campania, per almeno il due per cento del totale dei prodotti alimentari venduti.

ALLEGATO B
Documentazione minima da produrre per la richiesta dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita e gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti

1. Relazione illustrativa sulle caratteristiche del soggetto richiedente;
2. Relazione illustrativa sull'iniziativa che si intende realizzare anche con riferimento agli aspetti organizzativo-gestionali;
3. Studio sulla presumibile area di attrazione commerciale e sulla funzione che l'insediamento intende svolgere nel contesto socio economico dell'area;
4. Studio sull'impatto della struttura sull'apparato distributivo dell'area di attrazione commerciale (*);
5. Progetto edilizio, comprendente pianta e sezioni nonché destinazioni d'uso di aree e locali;
6. Piano finanziario complessivo articolato per fasi temporali di realizzazione nonché di gestione (tre anni);
7. Studio dell'impatto ambientale (*);
8. Studio dell'impatto dell'intervento sul traffico;
9. Piano di smaltimento dei rifiuti solidi urbani prodotti dalla struttura; (*)
10. Piano di massima dell'occupazione prevista, articolato per funzioni aziendali e fasi temporali, con indicazione di iniziative ed esigenze di formazione/riqualificazione degli addetti e dei quadri direttivi ed intermedi, nonché del piano di pubblicizzazione delle ricadute occupazionali dell'intervento;
11. Relazione sulle modalità di gestione della funzione acquisti e della logistica con indicazione dei prodotti che si intende acquisire dalla realtà produttiva regionale e delle eventuali esigenze di promozione pubblica per la migliore valorizzazione dei prodotti regionali sui mercati locali;
12. Piano di utilizzazione delle fonti energetiche rinnovabili per i nuovi edifici commerciali;
13. Piano di attuazione del codice del consumo;
14. Impegno al commercio di prodotti alimentari provenienti da agricoltura biologica certificata della Regione Campania, per almeno il cinque per cento del totale dei prodotti alimentari venduti; (**)
15. Impegno al commercio di prodotti extralimentari provenienti dal sistema produttivo della Regione Campania, per almeno il cinque per cento degli articoli extralimentari venduti. (***)
16. Il piano di recupero e di riuso delle acque meteoriche per gli usi non potabili. (****)

Legenda:

(*) Documento non obbligatorio per le autorizzazioni di medie strutture con superficie di vendita inferiore a metri quadrati 1.000 e per gli esercizi speciali per merci ingombranti con superficie lorda inferiore a metri quadrati 1.500;

(**) Documento non obbligatorio per le autorizzazioni degli esercizi commerciali destinati alla vendita esclusiva di prodotti extralimentari e per le medie strutture con superficie di vendita inferiore a metri quadrati 1.000;

(***) Documento non obbligatorio per le autorizzazioni degli esercizi commerciali destinati alla vendita esclusiva di prodotti alimentari e per le medie strutture con superficie di vendita inferiore a metri quadrati 1.500;

(****) Documento non obbligatorio per le autorizzazioni delle medie strutture e degli esercizi speciali per merci ingombranti.

ALLEGATO C
Parametri di valutazione per l'insediamento delle grandi strutture di vendita

L'insediamento delle grandi strutture di vendita è soggetto ai seguenti parametri qualitativi di valutazione :

a) studio dell'impatto ambientale, asseverato da tecnico abilitato, contenente la descrizione delle misure previste per evitare, ridurre e possibilmente compensare gli impatti negativi rilevanti, nonché l'esposizione dei dati necessari per individuare e valutare i principali impatti sull'ambiente e sul patrimonio culturale che la struttura può produrre e delle misure previste per il monitoraggio; si intende positivamente riscontrato lo studio di impatto ambientale da cui risulta che l'intervento commerciale è compatibile con l'assetto ambientale oppure previe opportune prescrizioni;

b) studio del traffico, contenente la descrizione dell'incidenza che il traffico della clientela dell'insediamento commerciale avrà sul sistema viario e sulle ordinarie percorrenze veicolari del territorio; lo studio del traffico, asseverato da tecnico abilitato, corrisponde al riscontro del sistema viario esistente e di quello di progetto ricadente nel contesto dell'insediamento della grande struttura di vendita;

c) piano analitico di autonomo smaltimento dei rifiuti solidi urbani prodotti nel contesto della nuova struttura distributiva;

d) analisi delle ricadute occupazionali, dirette ed indirette, che la realizzazione della grande struttura di vendita apporterà, nonché delle procedure predisposte per assicurare la necessaria trasparenza nella pubblicizzazione delle opportunità lavorative;

e) piano di attuazione delle previsioni del Codice del consumo di cui al decreto legislativo n. 206/2005, contenente le modalità operative attraverso le quali la normativa sarà tradotta in servizio per il cliente;

f) piano energetico che indica l'utilizzo delle fonti energetiche rinnovabili, a partire dal valore del trenta per cento al momento dell'apertura, intendendosi per nuovi edifici commerciali, gli edifici che sono realizzati completamente ex novo, non ricadendo in tale fattispecie né gli ampliamenti dimensionali delle strutture commerciali o degli immobili esistenti, né le ristrutturazioni edilizie, ancorché effettuate con demolizione e ricostruzione; non sono comunque soggetti a tale disposizione di promozione delle fonti energetiche rinnovabili i nuovi edifici realizzati nelle zone territoriali omogenee A, B e C.