

Avvertenze: la presente legge, pubblicata nel bollettino ufficiale n. 2 del 2 gennaio 2020, è stata abrogata dall'articolo 64, comma 2, lettera a) della legge regionale 9 gennaio 2014, n. 1 (Nuova disciplina in materia di distribuzione commerciale).

In precedenza la presente legge era stata modificata dalle leggi regionali 4 luglio 2003, n. 13, 15 dicembre 2004, n. 12, 19 gennaio 2007 n. 1, 18 dicembre 2012, n. 35 e 6 maggio 2013, n. 5.

Gli allegati alla presente legge, anch'essi oggetti di abrogazione da parte della legge regionale 1 del 2014, si omettono.

Testo vigente della Legge Regionale 7 gennaio 2000, n. 1.

“Direttive regionali in materia di distribuzione commerciale”

IL CONSIGLIO REGIONALE
Ha approvato

IL COMMISSARIO DI GOVERNO
Ha posto il visto

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE
Promulga

La seguente legge:

CAPO I

NORME PER IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

Art. 1

Ripartizione funzionale del territorio regionale

1. Ai sensi di quanto stabilito dalla lett. b), comma 3, dell'art. 6 del Decreto Legislativo 31 Marzo 1998, n. 114, il territorio della Campania è suddiviso, con l'indicazione dei Comuni appartenenti, nelle seguenti 14 Aree funzionali sovracomunali omogenee configurabili come unico bacino d'utenza, in conformità all'allegato A:

- a) Area 1 - Area Metropolitana di Napoli
- b) Area 2 - Area Vesuviana e Agro Nocerino Sarnese
- c) Area 3 - Area Nolano – Vesuviana
- d) Area 4 - Area Costiera Amalfitana - Sorrentina e Isole
- e) Area 5 - Area Casertana
- f) Area 6 - Area Alto Casertano
- g) Area 7 - Area Beneventana
- h) Area 8 - Area Avellinese
- i) Area 9 - Area Alta Irpinia
- l) Area 10 - Area Salernitana
- m) Area 11 - Area Piana del Sele
- n) Area 12 - Area Cilentana
- o) Area 13 - Area del Vallo di Diano

p) Area 14 - Area Ariano – Grottaminarda

2. Ai fini dell'applicazione di ogni altra disposizione contenuta nella presente Legge che faccia riferimento a categorie dimensionali - economiche dei Comuni, si suddividono gli stessi nelle seguenti 5 classi:

- a) Classe 1 – Comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti
 - b) Classe 2 – Comuni con popolazione compresa tra 30.001 e 50.000 abitanti
 - c) Classe 3 – Comuni con popolazione compresa tra 10.001 e 30.000 abitanti
 - d) Classe 4 - Comuni con popolazione compresa tra 3.001 e 10.000 abitanti
 - e) Classe 5 – Comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti.
-

Art. 2

Classificazione delle medie e grandi strutture di vendita e dei centri commerciali

1. Al fine di qualsivoglia valutazione connessa al rilascio delle relative autorizzazioni amministrative, le strutture commerciali di media e grande dimensione vanno classificate come segue:

a) M1 A/M - Medie strutture inferiori, per prodotti alimentari o misti aventi superficie netta di vendita compresa tra 150 e 900 mq. nei Comuni delle classi 4 e 5 e tra 250 e 1.500 mq. nei Comuni delle classi 1, 2 e 3;

b) M1 E - Medie strutture inferiori, per prodotti extraalimentari aventi superficie netta di vendita compresa tra 150 e 900 mq. nei Comuni delle classi 4 e 5 e tra 250 e 1.500 mq. nei Comuni delle classi 1, 2 e 3;

c) M2 A/M – Medie strutture superiori, anche in forma di centro commerciale, per prodotti alimentari o misti aventi superficie netta di vendita compresa tra 900 e 1500 mq. nei Comuni delle classi 4 e 5 e superficie compresa tra 1.500 e 2.500 mq. nei Comuni delle classi 1, 2 e 3;

d) M2 E – Medie strutture superiori, anche in forma di centro commerciale, per prodotti extraalimentari aventi superficie netta di vendita compresa tra 900 e 1.500 mq. nei Comuni delle classi 4 e 5 e superficie compresa tra 1.500 e 2500 mq. nei Comuni delle classi 1, 2 e 3;

e) G1 A/M– Ipermercati: strutture di vendita fino a 5.000 mq. per la vendita di prodotti alimentari e non alimentari;

f) G1 E – Strutture di vendita fino a 15.000 mq. per la vendita di soli prodotti non alimentari;

g) G2 CQ – Centri commerciali di quartiere o interquartiere: strutture commerciali di 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, fino a 4.000 mq. di vendita;

h) G2 CI – Centri commerciali inferiori: strutture commerciali di almeno 8 esercizi commerciali con le caratteristiche di cui alla lettera precedente, con superficie di vendita fino a 15.000 mq.;

i) G2 CS - Centri commerciali superiori: strutture commerciali di almeno 12 esercizi commerciali, con le caratteristiche di cui alla precedente lettera, con superficie maggiore di 15.000 mq., fino ad un massimo di 25.000 mq.

l) G ACP – Centri commerciali costituiti da aggregazioni commerciali polifunzionali. Dette aggregazioni devono essere costituite da almeno 6 esercizi appartenenti alle grandi e medie strutture ed esercizi di vicinato, con singole superfici di vendita fino a mq. 2.500 per i Comuni delle classi 4 e 5 e mq. 5.000 per i Comuni delle classi 1, 2 e 3, nonché da attività produttive artigianali e di servizi. Ciò al fine di realizzare la modernizzazione e il recupero delle imprese esistenti secondo le finalità indicate alla lettera f) 1° comma articolo 6 del decreto legislativo 114\98. Dette strutture debbono essere poste all'interno di una struttura funzionale unitaria avente servizi comuni, articolata lungo un percorso pedonale di accesso che consenta la diretta comunicazione tra i singoli esercizi.

2. Nei centri commerciali la superficie occupata dagli esercizi di vicinato non deve essere inferiore al 40% della superficie complessiva netta di vendita.

3. Le strutture commerciali di media e grande dimensione, con superficie maggiore di 1.500 mq., devono assicurare almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1000 mq. di superficie di vendita, o frazione di essi superiore a 500 mq.

4. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che trattano esclusivamente merci ingombranti delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata, come auto, mobili ed elettrodomestici, legnami, materiali per l'edilizia, è limitata alla dimensione massima degli esercizi di vicinato attribuendo la restante superficie a magazzino, deposito o superficie espositiva. Il Comune rilascia, per dette tipologie di esercizi, apposita autorizzazione nella quale è specificata la limitazione alla vendita dei prodotti indicati e potrà, inoltre, stabilire, negli strumenti comunali di intervento di cui al comma 1 dell'art. 13 della presente legge, contenuti limiti di superficie dei magazzini, depositi o superficie espositiva connessa, anche in maniera differenziata per le diverse zone di intervento comunale. Richieste di ampliamento merceologico o di superficie, oltre i limiti stabiliti dai Comuni, vanno considerate come nuove aperture e trattate secondo le modalità connesse all'apertura di medie e grandi strutture di vendita.

5. Il divieto di effettuare la vendita all'ingrosso ed al dettaglio negli stessi locali, ai sensi di quanto stabilito dal comma 2 dell'art. 26 del decreto legislativo 114/98, 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;
 - ferramenta ed utensileria;
 - 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.
-

Art. 3

Programmazione regionale per l'insediamento delle grandi strutture di vendita

1. La compatibilità territoriale delle grandi strutture di vendita è inoltre soggetta nel periodo di prima applicazione della presente Legge Regionale, ossia fino al 1 gennaio 2002, ai contingentamenti di superficie, determinati per le rispettive aree, contenuti nella specifica tabella di programmazione regionale per l'insediamento di dette strutture, di cui all'Allegato C.

2. Successivamente, oltre il termine di cui al comma 1 del presente articolo, è determinato, con cadenza biennale, dalla Giunta regionale, su indicazione dell'Osservatorio Regionale, previo parere della Commissione Consiliare competente da rendersi entro 30 giorni, il nuovo contingente di superficie ammissibile per le strutture di vendita della grande distribuzione per ogni specifica area o ulteriore diversa zonizzazione che si reputi necessaria al fine di consentire un equilibrato sviluppo di tutte le forme distributive, salvaguardando il principio di libero accesso al mercato, gli interessi dei consumatori, i livelli occupazionali garantiti da tutte le imprese della distribuzione commerciale.

3. Il 20% delle disponibilità di cui all'allegato C, come risultante per le singole aree sovracomunali, è riservato, per le finalità e gli obiettivi di cui al punto f) dell'art. 6 del decreto legislativo 114/98, alle iniziative degli organismi consortili delle piccole e medie imprese commerciali a condizione che, alla data di pubblicazione del citato decreto, le imprese risultino operare in dette aree. Tali iniziative, in quanto destinate al recupero e alla modernizzazione di tali imprese in strutture innovative, possono comprendere

anche attività artigianali e di servizi. La superficie impegnata dalle predette piccole e medie imprese non deve, in ogni caso, risultare inferiore al 60% della superficie complessiva di vendita della nuova struttura.

4. Nelle aree sovracomunali di cui all'art. 1, nei limiti della superficie disponibile, di cui all'allegato C del presente articolo, e alle condizioni di cui all'art. 2 della presente Legge, almeno 6 titolari di autorizzazioni amministrative rilasciate ai sensi dell'art. 24 della legge 11 giugno 1971 n. 426, per tabelle non alimentari, possono richiedere l'apertura di strutture di vendita sotto forma di centro commerciale non alimentare. L'autorizzazione, purché la superficie di vendita non sia superiore alla somma delle superfici già precedentemente autorizzate, sarà concessa, previa Conferenza dei servizi, ove ricorrano tutte le condizioni previste dalla presente legge.

Art. 4

Caratteristiche qualitative minime delle grandi strutture di vendita di tipologia A/M

1. Le grandi strutture di vendita al dettaglio di tipologia A/M devono avere le seguenti caratteristiche qualitative minime:

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

- a.1) Pubblico esercizio di somministrazione di bevande
- a.2) Almeno un servizio igienico ad uso della clientela
- a.3) Almeno un servizio igienico a disposizione dei portatori di handicap
- a.4) Servizi di pagamento bancomat.

b) Grande struttura di vendita G2 CI:

- b.1) Pubblico esercizio di somministrazione bevande
- b.2) Servizi di pagamento bancomat
- b.3) Attività artigianali in numero di almeno 4 (parrucchiere, estetista, calzolaio riparazioni, ecc..)
- b.4) Servizi igienici ad uso della clientela in numero di 1 per ogni 1000 mq. di superficie di vendita
- b.5) Servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap.

c) Grande struttura di vendita G2 CS:

- c.1) Spazi organizzati per intrattenimento bambini sotto sorveglianza
- c.2) Pubblico esercizio di somministrazione alimenti
- c.3) Pubblico esercizio di somministrazione bevande
- c.4) Servizi di pagamento bancomat
- c.5) Attività artigianali in numero di almeno 4 (parrucchiere, estetista, calzolaio riparazioni, ecc..)
- c.6) Agenzia di viaggi e turismo
- c.7) Servizi igienici ad uso della clientela in numero di 1 per ogni 1000 mq. di superficie di vendita
- c.8) Servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap.

2. Le licenze ed i permessi comunali connessi alle attività di cui al comma 1, sono rilasciate dai Comuni anche in deroga ad eventuali parametri programmatori sia comunali che regionali.

3. Ai sensi della lettera g), comma 1, dell'art. 4, del Decreto Legislativo 114/98, i centri commerciali costituiti da più esercizi in una struttura a destinazione specifica, che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente, sono classificati come un'unica media o grande struttura. Le singole autorizzazioni commerciali o comunicazioni di inizio di attività discendono comunque da un unico provvedimento generale rilasciato, eventualmente, anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo.

4. Non sono da considerarsi centri commerciali l'insieme di singoli negozi allocati in edifici a prevalente destinazione abitativa o ad uffici, anche se collegati funzionalmente da percorsi pedonali comuni.

5. Il trasferimento di sede di una struttura commerciale fuori dal centro commerciale di cui alle tipologie individuate all'art. 2 della presente legge o autorizzati ai sensi della Legge n. 426/71, non è mai consentito.

Art. 5

Criteria per il rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita

1. Il rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita, di cui all'art. 9 del DL.vo 114/98, secondo i procedimenti di cui all'art. 14 della presente legge, è subordinato al rispetto delle seguenti condizioni:

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

b) l'osservanza dei requisiti di compatibilità territoriale all'insediamento previsti dalle tabelle allegate alle presenti direttive relativamente ai contingenti fissati nelle zone per la rispettiva area sovracomunale di appartenenza;

c) l'osservanza dell'obbligo di localizzazione lungo assi viari di primaria importanza o in aree adiacenti dotate di adeguati raccordi stradali;

d) l'osservanza dei requisiti minimi previsti per la tipologia della struttura in esame;

e) l'osservanza di ogni altra condizione stabilita dalla presente legge;

2. Vanno valutate alla stregua di nuove aperture:

a) la realizzazione di una nuova struttura;

b) l'ampliamento dimensionale di una media struttura esistente oltre i valori massimi di superficie previsti per le medie strutture di vendita, in relazione alla classe del comune in cui è localizzata;

c) l'ampliamento dimensionale di una grande struttura di vendita di categoria inferiore che comporti il superamento dei limiti dimensionali minimi previsti per le strutture di categoria superiore;

d) l'aggiunta merceologica di un intero settore, di cui all'art. 5, comma 1, del D. L.vo 114/98, precedentemente non autorizzato;

e) l'accorpamento di due o più esercizi commerciali in un'unica struttura di vendita;

f) la rilocalizzazione in un comune diverso da quello in cui era autorizzata la preesistente struttura;

3. Le grandi strutture di vendita devono essere attivate per almeno i due terzi della superficie autorizzata entro il termine di 18 mesi dalla data del rilascio. Il Comune può concedere una sola proroga fino ad un massimo di un anno nei casi di comprovata necessità.

Art. 6

Parametri di parcheggio e compatibilità territoriali

1. L'adeguamento ai parametri di parcheggio è richiesto nel caso di rilascio di nuova autorizzazione, di ampliamento della superficie di vendita.

2. L'adeguamento di cui al comma 1 non è previsto per il trasferimento, per nuove aperture o per ampliamenti a seguito di concentrazioni o accorpamenti che non superino il limite di soglia delle strutture di tipologia M1, fatta salva diversa specifica indicazione comunale.

3. Le aree di parcheggio devono essere realizzate in diretta contiguità fisica e funzionale con le relative strutture commerciali.

4. La realizzazione di accessi e uscite veicolari in rapporto alle aree destinate a parcheggio ed alla struttura deve essere volta ad evitare interferenze con il traffico delle primarie vie di comunicazione.

5. Per gli utenti fisicamente impediti devono essere rimosse le barriere architettoniche presenti.

6. Per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita devono essere verificate le compatibilità territoriali di cui all'allegata tabella D.

7. Le strutture di media e grande distribuzione devono rispettare i parametri di parcheggio in rapporto alla classe demografica del comune, fissati dalla tabella di cui all'allegato E.

Art. 7

Criteria di priorità

1. Tra più domande concorrenti, ossia pervenute in Comune e regolarmente documentate entro 30 giorni dalla presentazione della prima di esse, riguardo al rilascio dell'autorizzazione per medie o grandi strutture di vendita, ai sensi dell'art. 10, comma 2, del Decreto Legislativo 114/98, è data priorità di valutazione alle domande accompagnate da richiesta di concentrazione e contestuale rinuncia, condizionata dall'accoglimento della nuova richiesta, ad una o più medie o grandi strutture di vendita, nel rispetto delle seguenti condizioni:

a) tra le strutture di vendita a cui si rinuncia, almeno una deve risultare appartenente alla categoria dimensionale immediatamente inferiore a quella per la quale si richiede la nuova autorizzazione;

b) la somma delle superfici di vendita delle strutture a cui si rinuncia deve essere almeno pari alla superficie richiesta per la nuova struttura, distintamente per i due settori, alimentare ed extraalimentare.

2. Dette priorità possono essere fatte valere esclusivamente se:

a) la richiesta sia accompagnata da specifico impegno di reimpiego del personale;

b) trattandosi di struttura extraalimentare, la richiesta sia inoltrata da chi abbia partecipato a corsi di formazione, riconosciuti dalla Regione, o dimostri il possesso del requisito di adeguata qualificazione, ossia il possesso del diploma di laurea in economia e commercio o equipollente o del diploma di scuola media superiore conseguito presso un istituto tecnico commerciale o istituto di ragioneria o, infine, da chi abbia conseguito una adeguata pratica commerciale per almeno due anni presso un esercizio commerciale al dettaglio o all'ingrosso in qualità di titolare, coadiutore o dipendente qualificato di livello non inferiore al III del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro, con mansioni attinenti alla vendita o all'amministrazione.

3. Tra più domande concorrenti e vantanti titoli di priorità, così come tra le altre domande prive di detto titolo, è data priorità, nell'ordine, in funzione dei seguenti criteri:

a) rilocalizzazione nella medesima Area sovracomunale omogenea, e, tra più domande, a quella che prevede una maggiore superficie da rilocalizzare;

b) inserimento nella struttura di altri operatori al dettaglio locali che trasferiscano la propria attività;

c) maggiore quantità di manodopera assorbita, con priorità di quella già precedentemente impiegata nel commercio;

d) titolarità di altre medie o grandi strutture di vendita nella regione Campania;

e) impegno formalmente assunto all'adozione di un CCNL;

f) vetrina delle produzioni tipiche locali come artigianato, industria manifatturiera, prodotti agroalimentari.

4) I Centri commerciali individuati con la sigla GACP e costituiti da aggregazioni formate per almeno l'80 per cento da aziende commerciali preesistenti sul mercato da almeno un anno e con sede nelle rispettive zone individuate dall'allegato A di cui all'art. 1 o con esse confinanti, costituite in consorzi o società aventi lo scopo d'incentivare il commercio e le attività degli associati mediante la creazione di "Centri di aggregazione commerciale", godono di deroga liberatoria rispetto ai contingenti di superficie per Aree funzionali di cui alla tabella riportata nell'allegato C.

Art. 8

Ampliamento delle grandi strutture di vendita

1. L'ampliamento delle grandi strutture di vendita è soggetto all'autorizzazione comunale, su conforme parere della conferenza dei servizi di cui all'art. 9, comma 3, del Decreto Legislativo 114/98.

2. L'autorizzazione, di cui al comma 1, ai sensi del comma 3, art. 10, del Decreto Legislativo 114/98, è concessa, fatto salvo il rispetto delle norme urbanistiche, igienico-sanitarie e di sicurezza, qualora concorrano tutte le seguenti condizioni:

a) l'ampliamento avvenga per concentrazione o accorpamento di esercizi commerciali autorizzati ai sensi dell'art. 24 della Legge 426/71, per generi di largo e generale consumo, conteggiati per il valore di 150 mq. o 250 mq. ciascuno, a seconda della classe del Comune, o per la superficie effettiva se maggiore. Gli esercizi accorpati devono provenire dalla medesima area funzionale sovracomunale omogenea di cui al comma 1 dell'art. 1;

b) l'ampliamento delle grandi strutture di tipo G1 non deve superare i limiti massimali della tipologia stessa, in relazione al comune dove è insediata la struttura;

c) la domanda di ampliamento sia corredata da impegno di reimpiego del personale già operante negli esercizi oggetto dell'accorpamento o della concentrazione;

d) qualora tutti o parte degli esercizi concentrati o accorpati non siano autorizzati per generi di largo e generale consumo, o la domanda non sia corredata da impegno di reimpiego del personale, l'autorizzazione all'ampliamento non costituisce atto dovuto e può essere concesso previa valutazione effettuata secondo apposita norma regolamentare comunale;

e) è sempre dovuto l'ampliamento del 30 per cento delle strutture di vendita di tipologia M1 e del 20 per cento delle M2, della superficie di vendita preesistente, nel rispetto degli indirizzi comunali, purché, in ogni caso, non vengano superati i limiti di superficie di vendita minimi previsti per la tipologia G1;

f) il rilascio dell'autorizzazione per l'ampliamento delle grandi strutture della tipologia G1, ivi compresa la trasformazione in centro commerciale di cui alla classificazione G2, è soggetto a valutazione da parte della conferenza dei servizi, in rapporto alla disponibilità di superficie autorizzabile nell'area sovracomunale omogenea in cui ricade la struttura.

Art. 9

Aggiunta di settore merceologico

1. L'aggiunta di un settore merceologico non autorizzato, dei due previsti dall'art. 5, comma 1, del D.L.vo 114/98, in una media o grande struttura di vendita esistente, è atto dovuto a condizione che non venga effettuata variazione della superficie di vendita complessiva.

Art. 10

Trasferimento e rilocalizzazione delle grandi strutture di vendita

1. Il trasferimento di sede di una grande struttura di vendita, nell'ambito del territorio comunale, è subordinato all'autorizzazione del Comune, previa valutazione da parte della Conferenza dei servizi di cui all'art. 9 del D.L.vo 114/98 sugli effetti sul tessuto commerciale, sulla viabilità ed altri aspetti di rilievo, a condizione che la nuova ubicazione prescelta risulti compatibile alle disposizioni regionali e locali in materia di urbanistica;

2. La rilocalizzazione di una grande struttura di vendita è ammessa, esclusivamente nell'ambito della stessa area funzionale sovracomunale omogenea, con la stessa procedura di cui al comma 1.

Art. 11

Procedure per il rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita

1. Le domande di apertura delle grandi strutture di vendita vanno inoltrate al Comune competente corredate dalla documentazione necessaria per la valutazione, conformemente a quanto predisposto dalla Giunta Regionale con l'Allegato B.

2. Copia della domanda va inviata, contestualmente alla Giunta Regionale, Settore sviluppo e promozione delle Attività Commerciali.

3. Il Comune, entro 30 giorni dal ricevimento della domanda, provvede ad integrare la documentazione allegata alla domanda, mediante la compilazione della apposita modulistica fornita dalla Regione, e ad inviare copia dell'intera documentazione al Settore Sviluppo e Promozione delle Attività Commerciali della Giunta Regionale.

4. Il Comune, d'intesa con la Regione e la Provincia, indice la Conferenza dei servizi prevista dall'art. 9 del Decreto Legislativo 114/98, fissandone lo svolgimento non oltre i 60 giorni decorrenti dall'invio alla Regione della documentazione a corredo dell'istanza

5. Della data di indizione di detta Conferenza è resa, contestualmente, notizia ai Comuni contermini ed alle organizzazioni dei consumatori e delle imprese più rappresentative in relazione al bacino di utenza dell'insediamento interessato, affinché possano esercitare le facoltà di cui all'art. 9, comma 4, del Decreto Legislativo 114/98.

6. Decorsi 120 giorni dalla data di convocazione della Conferenza dei servizi senza che ne sia stato comunicato l'esito, le domande si intendono accolte se contenenti tutte le indicazioni previste e siano state debitamente corredate dall'istante di tutti gli allegati di sua spettanza.

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

Art. 12

Norme transitorie

1. I nulla osta regionali rilasciati ai sensi degli artt. 26 e 27 della Legge 426/71 decadono trascorsi sei mesi dalla data di pubblicazione della presente Legge Regionale, qualora non sia già stata rilasciata l'autorizzazione amministrativa e non sia trascorso il termine di 12 mesi per l'attivazione della struttura, anche a partire dall'eventuale data di configurazione del silenzio assenso, ai sensi del comma 2, dell'art. 3 del D.P.R. 18 aprile 1994, n. 384, relativo al rilascio dell'autorizzazione amministrativa comunale.

2. Le superfici delle grandi strutture di vendita, attivate nei tempi di cui al comma 1, vanno in sottrazione dei contingenti fissati nell'allegato C per la relativa area di appartenenza.

3. È sospesa la presentazione delle richieste di nuove aperture relative a medie e grandi strutture di vendita per 180 giorni a partire dalla data di pubblicazione della presente legge regionale e, comunque, fino all'approvazione dello strumento di programmazione previsto dal decreto legislativo 114/98 dal Comune interessato. Sono fatti salvi i casi previsti dal comma 5 dell'art. 16 della presente legge.

4. Tutte le richieste di nuove aperture per grandi strutture di vendita, giacenti in Regione alla data di approvazione della presente legge, sono da considerarsi decadute e quindi gli interessati possono ripresentarle ex novo presso i rispettivi Comuni con le modalità stabilite dalla presente Legge.

5. Tutte le richieste di ampliamento giacenti in regione, pervenute dalla data di approvazione del Decreto Legislativo 114/98 alla data di approvazione della presente Legge, in corso di istruttoria, sono inviate ai comuni sedi del relativo insediamento affinché siano completate e decise nell'ambito di quanto stabilito dalla presente Legge.

6. I contingenti fissati dalla tabella C, allegata alla presente Legge, non si applicano alle grandi strutture di vendita al dettaglio che siano comprese in complessi oggetto di accordi di programma, già sottoscritti ed approvati alla data di pubblicazione del D.L.vo 114/98.

Art. 13

Direttive ai comuni

1. I Comuni, per effetto del Decreto Legislativo 114/98 devono adeguare gli strumenti urbanistici generali e attuativi o i regolamenti di polizia locale, ai criteri e agli indirizzi di programmazione stabiliti dalla presente Legge entro 180 giorni dalla pubblicazione della stessa sul Bollettino Ufficiale della Regione e devono provvedere a dotarsi dello specifico strumento di intervento per l'apparato distributivo, concernente gli esercizi di vicinato, le medie strutture di vendita, i mercati per il commercio su aree pubbliche, nonché le localizzazioni delle grandi strutture di vendita, nel rispetto delle destinazioni d'uso delle aree e degli immobili stabilite dallo stesso strumento, che costituisce piano di strumento integrato del P.R.G., sottoposto, dopo l'approvazione in Consiglio Comunale, al visto di conformità regionale, da rilasciarsi entro 90 giorni, delle norme igienico sanitarie e di sicurezza, tenuto conto delle condizioni di salvaguardia della viabilità e del dettato delle direttive Regionali, perseguendo 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 ed in rapporto alle esigenze dei consumatori ed agli aspetti di viabilità, mobilità, arredo urbano, nonché agli specifici interventi di pedonalizzazione.

b) promuovere la valorizzazione delle aree periferiche attraverso la concentrazione delle attività commerciali mediante specifiche previsioni urbanistiche, nonché specifici piani di intervento globale di recupero e di rilancio di dette aree;

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

d) salvaguardare i valori artistici, culturali, storici ed ambientali locali, attraverso l'eventuale divieto di vendita di determinate merceologie, sempre che ciò non inibisca lo sviluppo del commercio e della libera concorrenza fra varie tipologie commerciali;

e) promuovere tutti gli interventi attuativi al fine dell'abbattimento delle barriere architettoniche nel rispetto della vigente normativa;

f) predisporre un efficiente sistema di monitoraggio della distribuzione commerciale locale in rapporto ad una proficua collaborazione con l'Osservatorio Regionale;

2. Il Consiglio Comunale, prima dell'approvazione degli strumenti di cui al comma 1, deve acquisire il parere obbligatorio ma non vincolante delle Associazioni dei consumatori e delle imprese del commercio.

3. L'autorizzazione comunale prevista dagli artt. 8 e 9 del Decreto Legislativo 114/98 costituisce atto contestuale al rilascio delle concessioni edilizie relative agli insediamenti commerciali oggetto dell'autorizzazione. Pertanto, l'autorizzazione e la concessione edilizia vengono rilasciate in atto unico.

4. L'autorizzazione, di cui al comma 3., dovrà contenere tutti gli elementi di natura commerciale integrati dai contenuti urbanistici previsti dalle norme vigenti.

5. I Comuni vicini, in coordinamento con gli Enti Locali, attuano apposite forme di consultazioni onde pervenire all'adozione di strumenti d'interventi integrati omogenei, tali strumenti omogenei rivestono particolare importanza per i comuni appartenenti ad una stessa isola ed all'area funzionale sovracomunale omogenea 4.

Art. 14

Criteri di programmazione urbanistica

1. Le strutture di Media e Grande Distribuzione possono essere realizzate solo su aree ricadenti in zone urbanistiche dichiarate espressamente compatibili con tale collocazione: tali aree dovranno avere adeguate infrastrutture, dimensionate in proporzione all'esercizio commerciale che vi si vuole localizzare. La localizzazione dovrà essere compatibile con l'assetto della viabilità e con i flussi di traffico; pertanto dovranno essere adeguatamente analizzati la rete infrastrutturale esistente e di progetto, la sua potenzialità, i fenomeni di gravitazione già esistenti nell'area.

2. All'interno delle zone omogenee di tipo A e B, secondo quanto disposto dal D.M. LL.PP. 2 aprile 1968 n. 1444, è possibile prevedere norme che consentano cambi di destinazione d'uso di immobili esistenti, al fine di collocare attività commerciali e al fine di favorire l'ampliamento o il trasferimento di attività esistenti nella medesima zona.

3. All'interno delle zone omogenee di tipo A, B e C come definite dal D.M. LL.PP. 2 aprile 1968 n. 1444, è possibile prevedere norme che consentano ampliamenti della cubatura esclusivamente per il recupero di locali esistenti situati sotto il piano stradale, al fine di collocare attività commerciali di piccola distribuzione o al fine di favorire l'ampliamento o il trasferimento di attività esistenti nella medesima zona.

4. Il rilascio di una concessione edilizia, anche in sanatoria, è contestuale al rilascio dell'autorizzazione commerciale, se prevista.

5. Tutti gli esercizi commerciali dovranno essere attivati in locali aventi conforme destinazione d'uso.

6. Tutti gli insediamenti commerciali dovranno essere ubicati su aree aventi conforme destinazione urbanistica, fatti salvi gli esercizi commerciali ubicati o da ubicare in immobili per i quali sia stata rilasciata concessione edilizia in sanatoria ai sensi della legge n. 47 del 1985 o n. 724 del 1994.

7. La disponibilità di spazi pubblici e di uso pubblico, in funzione delle diverse strutture di vendita, deve prevedere quantità minime di aree sistemate a verde, nel rispetto dei relativi regolamenti comunali.

8. Lo strumento di intervento, da approvare in Consiglio Comunale, è costituito al minimo, dai seguenti elaborati:

- a) planimetrie in scala non inferiore a 1: 5.000 per le zone di compatibilità ed il centro storico;
- b) normative di attuazione.

Art. 15

Strumento comunale d'intervento per le medie strutture di vendita

1. Per le medie strutture di vendita lo strumento comunale d'intervento determina il numero, e la merceologia delle strutture di nuova realizzazione secondo la classificazione operata dalle direttive regionali.

2. Disciplina, inoltre, l'apertura, l'ampliamento merceologico o di superficie, il trasferimento ed ogni altro aspetto non contemplato dal Decreto Legislativo 114/98 o dalle presenti direttive regionali.

3. E' comunque consentito il trasferimento, nonché l'ampliamento e l'apertura a seguito di accorpamento o concentrazione, della struttura di vendita di tipo M1, in tutto il territorio comunale, fatta salva la compatibilità alle specifiche norme urbanistiche vigenti.

4. Il rilascio di autorizzazioni all'apertura, trasferimento, ampliamento merceologico o di superficie, accorpamento di strutture di vendita di tipo M2 è sospeso fino all'approvazione sia dello specifico strumento comunale di intervento per le medie strutture di vendita, che degli interventi di valorizzazione del centro storico.

5. Tra più domande concorrenti per l'apertura di una media struttura di vendita hanno priorità, ai sensi dell'art.10, comma 2, del Decreto Legislativo 114/98, quelle che prevedono la concentrazione di almeno due preesistenti medie strutture di vendita che rispettino le seguenti condizioni:

- a) la richiesta sia accompagnata da specifico impegno di reimpiego del personale;
- b) se trattasi di struttura non alimentare, la richiesta sia inoltrata da chi abbia partecipato a corsi di formazione o comunque dimostri il possesso del requisito di adeguata qualificazione.

6. Il rilascio di autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita di tipo M1 non può essere negato, nel rispetto delle norme urbanistiche, ai sensi dell'art. 10, comma 3, del Decreto Legislativo 114/98, qualora la stessa sia frutto di accorpamenti o concentrazioni di più esercizi autorizzati ai sensi della Legge 426/71, per generi di largo e generale consumo, esistenti da almeno un triennio e che la somma delle superfici cessate sia pari ad almeno il 70 per cento della superficie di vendita della nuova struttura, conteggiate per i rispettivi valori di 150 mq. o 250 mq. ciascuno entro i limiti demografici stabiliti dal Decreto Legislativo 114/98 e che sia garantita l'assunzione di nuovo personale.

7. L'ampliamento di una media struttura di vendita, ai sensi dell'art. 10, comma 3, del Decreto Legislativo 114/98, è concesso qualora concorrano tutte le seguenti condizioni:

- a) l'ampliamento avvenga per concentrazione o accorpamento di esercizi commerciali, di generi di largo e generale consumo, già autorizzati ai sensi dell'art. 24 della Legge 426/71;
- b) l'ampliamento non superi i limiti dimensionali massimi previsti per il tipo di media struttura M1 o M2 in relazione alla classe di appartenenza del Comune;
- c) la domanda sia accompagnata da impegno di reimpiego di personale già operante negli esercizi commerciali da concentrare o accorpare.

8. Lo strumento comunale di intervento può determinare, nel rispetto dei criteri di programmazione urbanistica definiti all'art. 14, le condizioni di apertura di più medie strutture di vendita ubicate in uno stesso immobile, che utilizzino separatamente accessi, ingressi ed aree di parcheggio.

Art. 16

Interventi comunali per la valorizzazione del centro storico

1. Per la salvaguardia e la valorizzazione del centro storico, lo strumento comunale di intervento può delimitare tale area anche oltre l'individuazione puramente urbanistica e suddividerla in ulteriori fasce di intervento differenziato.

2. Detto strumento 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.

3. Per il conseguimento degli obiettivi esposti detto strumento può prevedere:

a) di sottoporre le comunicazioni di apertura degli esercizi di vicinato a specifiche procedure di valutazione di impatto, effettuata con riferimento all'apparato distributivo già esistente, al tessuto urbano, alla viabilità ed al traffico nonché al programma di qualificazione della rete commerciale, divulgate con analitica e chiara elencazione degli elementi necessari affinché gli interessati siano in grado di verificarne ed autocertificarne l'esito. Ai fini della presente disposizione sono equiparati a nuove aperture i trasferimenti da altra area funzionale omogenea;

b) disporre la temporanea intrasferibilità delle nuove attività sorte nel centro storico, per periodi non superiori a tre anni dal loro insediamento;

c) stabilire contenuti limiti di superficie minima e massima per categorie di esercizi la cui eccessiva presenza, nel centro storico, risulti di comprovato ostacolo al ricambio della rete distributiva;

d) individuare le aree degradate ed abbandonate, ovvero gli edifici non utilizzati, al fine della previsione di specifici interventi che favoriscano ed agevolino il loro riutilizzo a scopi commerciali ed il loro recupero alle funzioni urbane;

e) stabilire un vincolo di destinazione delle preesistenze storiche per specifiche tipologie di esercizi;

f) stabilire le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine e gli elementi di arredo esterno, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti;

g) prevedere modalità di incentivazione per l'apertura di nuovi esercizi di vicinato, in particolari zone dello stesso centro storico, per quegli esercizi di tipologia analoga a quella dei preesistenti esercizi storici, con specifico rispetto di standard di arredo urbano;

h) prevedere forme di specializzazione merceologica sia per il comparto alimentare che non alimentare, in relazione a specifiche esigenze di caratterizzazione dei luoghi anche in rapporto alle esigenze determinate dai flussi turistici;

i) stabilire priorità o obblighi di contestualità di realizzazioni di iniziative;

j) esonerare in tutto o in parte gli esercizi dall'obbligo della chiusura domenicale o festiva, e/o dall'obbligo della chiusura infrasettimanale;

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

l) disciplinare l'eventuale apertura notturna degli esercizi .

4) Lo strumento comunale di intervento può prevedere, ai sensi del 4° dell'art. 10 comma del Decreto Legislativo 114/98, per gli esercizi di vicinato un limite superiore pari a 150 mq., a prescindere dalla dimensione demografica dei Comuni.

5) Decorso il termine dei 180 giorni per l'approvazione dello strumento di cui agli articoli da 13 a 17 senza che il Comune vi abbia provveduto, fino a quando detto strumento non venga approvato:

a) nessuna valutazione di impatto può essere effettuata, ai sensi dell'art. 10, comma 1, lettera c) del Decreto Legislativo 114/98, salvo specifica e motivata deliberazione del Consiglio Comunale.

6) I Comuni possono disporre vincoli di carattere dimensionale, merceologico o tipologico agli insediamenti delle attività commerciali limitatamente alle aree o agli edifici aventi valore storico, archeologico, artistico ed ambientale, non ubicati nel centro storico, nei limiti esclusivamente necessari alle esigenze di tutela.

Art. 17

Interventi integrati per i centri minori

1. Ai sensi dell'art. 10, comma 1, lettera a), del Decreto Legislativo 114/98, i Comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti, nonché i Comuni ubicati sulle isole o appartenenti alle Comunità Montane, devono dotarsi di uno specifico progetto di intervento integrato di rivitalizzazione, anche commerciale, delle frazioni o di altre aree di interesse del proprio territorio aventi popolazione inferiore a 3.000 abitanti e poste in posizione isolata dal capoluogo comunale.

2. Nelle aree individuate in detto progetto possono essere previsti l'insediamento di centri polifunzionali di servizi.

3. Per centri polifunzionali di servizio si intendono uno o più esercizi commerciali cui si associano almeno altri due servizi tra quelli di seguito elencati:

- a) sportelli o servizi decentrati dell'amministrazione comunale
- b) ufficio postale, banca
- c) sportelli e centri turistici di informazione, enti parco, pro- loco
- d) centro di fotocopiatura, servizio fax, collegamento internet
- e) biglietterie, fermate autolinee, centri di prenotazione
- f) esercizi di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande
- g) impianti sportivi o ricreativi
- h) strutture alberghiere
- i) rivendita di tabacchi
- j) rivendita di giornali e riviste

4. Nei centri polifunzionali di servizi può essere disposta dal comune l'esenzione dei tributi locali e le relative autorizzazioni vanno rilasciate in deroga ad eventuali parametri di programmazione sia comunali che regionali, va data comunque priorità ad operatori esistenti che intendono trasferire la loro attività.

5. I centri polifunzionali sono soggetti a convenzione che preveda, nel caso di trasferimento senza il consenso del comune, la revoca delle autorizzazioni ottenute in deroga ed il recupero degli eventuali incentivi concessi.

6. In deroga a quanto stabilito i Comuni appartenenti alla classe V possono istituire centri polifunzionali di servizi anche nel capoluogo comunale.

Art. 18

Osservatorio regionale sulla rete commerciale

1. In conformità a quanto stabilito nell'art. 6, comma 1 lettera g) del Decreto Legislativo 114/98, la Regione assicura, avvalendosi della collaborazione dei Comuni e delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, un sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva, attraverso la costituzione di 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. Detto Osservatorio Regionale, presieduto dall'Assessore Regionale al Commercio o suo delegato, è costituito come di seguito indicato:

a) Il Coordinatore dell'Area Generale di Coordinamento di Sviluppo Attività Settore Terziario della Giunta Regionale;

b) Il Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione delle Attività Commerciali della Giunta Regionale;

c) Il Dirigente del Servizio Programmazione Rete Commerciale della Giunta Regionale;

d) Il Dirigente del Settore Urbanistica della Giunta Regionale;

e) Il Dirigente del Settore Pianificazione e il dirigente dell'Ufficio Piano della Giunta Regionale;

f) Il Dirigente del Settore Statistica della Giunta Regionale;

g) Un membro designato dall'Unione Province della Campania;

h) Un membro per ogni Provincia designato dall'ANCI Campania;

i) Un membro designato dall'Unione Camere di Commercio della Campania;

j) Un membro per ogni Camera di Commercio della Regione;

k) Tre membri designati dalle Associazioni dei Consumatori;

l) Cinque membri designati dalle Associazioni delle Aziende del sistema Distributivo di cui:

n. 1 in rappresentanza della grande distribuzione,

n. 1 in rappresentanza della media distribuzione,

n. 2 in rappresentanza degli esercizi di vicinato,

n. 1 in rappresentanza degli operatori su aree pubbliche;

m) Tre membri designati dalle Associazioni della Cooperazione di Consumatori e Dettaglianti;

n) Tre membri designati dalle Associazioni sindacali dei Lavoratori dipendenti del Commercio;

o) Due segretari designati dal Presidente dell'Osservatorio tra i Funzionari del competente Settore Sviluppo e Promozione delle Attività Commerciali.

3. L'Osservatorio regionale ha il compito di monitorare l'entità e l'efficienza della rete di vendita al fine di verificare la reale capacità della nuova disciplina in materia, introdotta dal Decreto Legislativo n. 114/98 orientato a favorire una maggiore liberalizzazione del settore, la programmazione gestita dagli enti locali, il pluralismo delle diverse tipologie distributive e il riconoscimento al servizio commerciale di caratteristiche peculiari in relazione ai diversi ambiti territoriali.

4. L'Osservatorio regionale, nominato con decreto del Presidente della Giunta Regionale su proposta dell'Assessore al Commercio, sulla base anche delle indicazioni e degli indirizzi dell'Osservatorio nazionale, predispone una banca dati relativa ai dati di tipo statistico e documentario.

5. L'Osservatorio ha sede presso gli uffici della Giunta Regionale, Settore Sviluppo e Promozione delle Attività Commerciali. Ai componenti esterni nonché, ai componenti di cui alla lettera o), del precedente comma 2, spetta un rimborso spese. (1)

6. Per le spese di funzionamento dell'Osservatorio, comprese quelle relative alle attrezzature ed alla produzione di documentazioni, si fa fronte, per l'anno 1999 sul capitolo 4302 dello stato di previsione della spesa di bilancio, alla cui denominazione è aggiunto "spese per l'osservatorio".

7. Agli oneri per gli anni successivi, si farà fronte con gli appositi stanziamenti di bilancio, la cui entità sarà determinata con le successive leggi di bilancio, utilizzando quota parte delle risorse assegnate alla Regione ai sensi degli artt. 8 e 9 della Legge 281/70.

(1) Comma modificato dall'articolo 1, comma 2 della legge regionale 18 dicembre 2012, n. 35.

Art. 19

Orari di vendita

1. Ai sensi dell'art. 12, comma 3, del Decreto Legislativo 114/98, viene stabilito che tutti i Comuni costieri della Regione Campania hanno rilevanza turistica.

2. Il periodo di massimo afflusso turistico è fissato dal 1 maggio al 30 settembre. In tale periodo, ai sensi del comma 1 dell'art. 12 del Decreto Legislativo n. 114/98, gli esercenti determinano liberamente gli orari di apertura e di chiusura e possono derogare all'obbligo di chiusura domenicale e festiva.

3. Oltre a quanto previsto dal comma 5 dell'art. 11 del Decreto Legislativo n. 114/98, il Comune può individuare ulteriori periodi di deroga per esigenze legate a fattori turistici e culturali. Per tali periodi il Comune individua le specifiche aree del territorio interessate direttamente dai fenomeni turistici e culturali, avendo particolare riguardo alle zone del centro storico previa concertazione con i rappresentanti delle organizzazioni delle imprese del commercio, dei lavoratori dipendenti e dei consumatori, maggiormente rappresentati a livello provinciale.

4. La individuazione di ulteriori periodi, oltre al periodo turistico individuato tra il 1 maggio e il 30 settembre, e delle aree oggetto di ulteriori deroghe, è sottoposta dal Comune alla concertazione degli organismi di cui al precedente comma e può essere attuata previo riconoscimento della Giunta Regionale.

5. Sono confermati gli elenchi e i periodi di riconoscimento dell'economia turistica per tutti i Comuni di cui ai precedenti atti in materia assunti con deliberazioni di Giunta Regionale.

6. Per tutti i Comuni compresi nell'area funzionale sovracomunale 4 è riconosciuta l'economia turistica per l'intero anno.

7. I Comuni potranno avanzare richiesta di riconoscimento dell'economia turistica o di città d'arte alla Giunta Regionale con le modalità e nei termini fissati dalla stessa.

8. In ogni caso va fatto salvo il diritto dell'operatore alle tredici ore di apertura giornaliera.

9. E' consentita la vendita domenicale e festiva di paste alimentari fresche, latticini freschi e pesce fresco in tutto il territorio regionale per gli esercizi di tipologia esclusiva o comunque prevalente.

Art. 20

Vendite promozionali, di liquidazione e di fine stagione (1)

1. *Ai sensi dell'articolo 15 del decreto legislativo 114/98, le vendite di liquidazione sono quelle effettuate dall'esercente al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo per un periodo non eccedente le 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.*

2. *L'interessato dà comunicazione al Comune dell'inizio della vendita di liquidazione almeno 15 giorni prima dell'inizio, specificando i motivi, la data di inizio e la durata.*

3. Il Comune verifica la realizzazione di quanto dichiarato dall'interessato in relazione alle disposizioni di cui al comma 2 e, in caso di inadempienza, applica le sanzioni previste dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114. (2)

4. Le vendite di fine stagione riguardano i prodotti di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non sono venduti entro un certo periodo di tempo.

5. Le vendite di fine stagione possono essere effettuate soltanto in due periodi dell'anno, individuati dal comune, sentite le organizzazioni maggiormente rappresentative a livello provinciale dei consumatori e delle categorie. In mancanza del provvedimento comunale, da adottarsi entro il 30 novembre dell'anno precedente a quello di riferimento, le vendite sono svolte nei periodi decorrenti rispettivamente dal 2 gennaio e dal 2 luglio di ogni anno. (3)

6. Per il periodo estivo dell'anno 2003 la data di inizio delle vendite di fine stagione è fissata per il 10 luglio.

7. Le vendite straordinarie di cui ai commi da 1 a 6 dell'articolo 15 del decreto legislativo 114/98, ad esclusione delle vendite di liquidazione per cessazione dell'attività, non sono effettuate nel mese di dicembre e nei quaranta giorni antecedenti e successivi alle date ufficiali di inizio e fine delle vendite di fine stagione. (4)

8. L'effettuazione delle vendite promozionali è preceduta da comunicazioni al comune di residenza dell'azienda, con lettera raccomandata in carta libera, almeno dieci giorni prima della data di inizio della vendita stessa.

9. Le vendite promozionali hanno una durata massima di quattro settimane.

10. I prezzi delle merci, durante l'effettuazione delle vendite promozionali, sono indicati a norma del comma 12.

11. Le vendite di liquidazione e le vendite di fine stagione sono presentate al pubblico con adeguati cartelli che ne indicano la esatta dicitura.

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

13. Durante il periodo delle vendite sopraindicate è possibile mettere in vendita solo le merci già presenti nei locali di pertinenza del punto vendita. E' fatto divieto di rifornimento di ulteriori merci sia acquistate che in conto deposito.

14. Le violazioni al presente articolo sono sanzionate ai sensi del decreto legislativo 114/98, articolo 22, comma 3.

15. Le disposizioni relative alle vendite promozionali di cui al presente articolo sono riferite al settore extralimentare specializzato. (5)

(1) Articolo così sostituito dall'articolo 1, comma 1 della legge regionale 4 luglio 2003, n. 13.

(2) Comma così sostituito dall'articolo 1, comma 1 della legge regionale 15 dicembre 2004, n. 12.

(3) Comma così sostituito dall'articolo 31, comma 20, della legge regionale 19 gennaio 2007, n. 1.

(4) Comma così sostituito dall'articolo 1, comma 2, della legge regionale 15 dicembre 2004, n. 12.

(5) Comma aggiunto dall'articolo 1, comma 3, della legge regionale 15 dicembre 2004, n. 12.

Art. 21

Centri di assistenza tecnica

1. La Regione autorizza, in attuazione del comma 1 dell'art. 23 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114, i Centri di Assistenza Tecnica alle imprese commerciali costituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore a livello provinciale e da altri soggetti interessati e comunque senza scopo di lucro.

2. Ai fini dell'autorizzazione regionale i Centri di Assistenza Tecnica devono svolgere le attività di cui al comma 2 dell'art. 23 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114, anche a favore delle imprese non iscritte ad associazioni di categoria.

Art. 22

Formazione professionale

1. La Giunta Regionale, entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, e per gli anni successivi con il Piano annuale di Formazione Professionale, su proposta dell'Assessorato alla Formazione Professionale e dell'Assessorato al Commercio approverà:

- a) i programmi dei corsi di formazione professionale per il commercio relativo al settore alimentare;
- b) i programmi di corsi specifici di aggiornamento finalizzati ad elevare il livello professionale o riqualificare gli operatori in attività;

2. Detti corsi professionali avranno per oggetto materie tecnico - economiche attinenti il commercio, la salute e la sicurezza dei consumatori, l'informazione, la conservazione, la trasformazione e la manipolazione degli alimenti.

Art. 23

Finalità

1. I criteri e le direttive regionali perseguono 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 tale 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, siano integrati nel modo migliore possibile con altre forme distributive ed eventualmente, con altri servizi e attrezzature, e siano coerenti con un ordinato assetto urbano e rispettino le esigenze di carattere igienico-sanitario;
 - c) far sì che lo svolgimento del commercio su aree pubbliche avvenga di norma entro mercati organizzati e ubicati in sede propria ed attrezzata;
 - d) favorire la pedonalizzazione delle aree urbane in cui si svolgono i mercati al fine di evitare fenomeni di congestione del traffico veicolare.
-

Art. 24

Rilevazione della situazione del commercio su aree pubbliche

1. I Comuni, annualmente, con l'ausilio della modulistica predisposta dalla Regione, devono provvedere ad effettuare:

- a) la rilevazione delle autorizzazioni in essere rilasciate dal Comune, distinte per tipo, settore merceologico e caratteristiche ubicazionali;
- b) l'indicazione dei mercati, fiere e sagre esistenti nel territorio comunale specificando per ciascuno la relativa periodicità, l'organico dei posteggi, la planimetria;
- c) la rilevazione del numero dei posteggi, distinti, là dove è previsto dall'atto istitutivo, per settore alimentare ed extraalimentare, la superficie e le caratteristiche urbanistiche dell'area occupata, nonché le altre caratteristiche come impianti, attrezzature, eccetera.

2. La rilevazione dovrà essere obbligatoriamente condotta attraverso schede conformi ai modelli predisposti dal Servizio Programmazione Commerciale della Giunta Regionale, onde consentire alla Regione la più rapida elaborazione e rappresentazione globale dei dati su scala territoriale.

Art. 25

Atti predisposti dai comuni

1. Gli atti predisposti dai Comuni in materia di commercio su aree pubbliche devono prevedere:

- a) norme sull'esercizio del commercio su aree pubbliche, sia a posto fisso che in forma itinerante nel rispetto delle presenti direttive regionali;
 - b) disciplina urbanistica per le aree attrezzate, con posteggi in concessione e coordinamento con gli strumenti urbanistici generali e particolareggiati;
 - c) indicazione delle zone nelle quali non può essere esercitato il commercio su aree pubbliche in forma itinerante e di quelle sulle quali tale forma di commercio è soggetta a particolari limitazioni;
 - d) individuazione degli spazi relativi alla vendita da parte dei produttori agricoli.
-

Art. 26

Regolamento per il commercio su aree pubbliche

1. I Comuni sono tenuti ad adottare, entro 90 giorni dall'entrata in vigore della presente legge, un regolamento che disciplini l'esercizio del commercio su aree pubbliche in conformità alle presenti direttive ed alle disposizioni di legge e regolamentari. Il regolamento deve, tra l'altro, contenere:

- a) le modalità di svolgimento del commercio itinerante;
- b) le modalità di svolgimento del commercio su aree pubbliche a posto fisso, esplicitando, tra l'altro:
 - 1) la tipologia del mercato o fiera locale (mercato rionale, mercato periodico, fiera - mercato o sagra);
 - 2) gli estremi degli atti istituzionali di conferma o di nuova istituzione del mercato;
 - 3) le giornate e gli orari di svolgimento;
 - 4) le modalità di eventuale sospensione del mercato o fiera locale, ai sensi e con le modalità previste dalle presenti direttive;
 - 5) il richiamo della localizzazione, della configurazione e dell'articolazione del mercato, ossia la specifica planimetria dell'area con indicazione della tipologia di ogni singolo posteggio;
 - 6) le modalità di accesso degli operatori e la sistemazione delle attrezzature di vendita;
 - 7) descrizione della circolazione pedonale e veicolare e ubicazione dei parcheggi;
 - 8) modalità di tenuta e consultazione del ruolino di mercato, ossia della pianta organica con indicati i dati di assegnazione di ogni concessione, il settore merceologico, la superficie assegnata e la data di scadenza;
 - 9) modalità di assegnazione dei posteggi temporanei (ruolino di spunta);
 - 10) richiamo delle modalità di pagamento delle varie tasse e tributi comunali relativi allo smaltimento dei rifiuti solidi e al canone per la concessione del posteggio;
 - 11) richiamo dei criteri per il rilascio, la sospensione, la scadenza e la rinuncia dell'atto di concessione del posteggio;
 - 12) definizione di corrette modalità di vendita e pubblicità dei prezzi;
 - 13) definizione delle sanzioni pecuniarie accessorie;

- 14) composizione della eventuale commissione di mercato, le cui finalità sono esclusivamente di carattere informativo, consultivo e propositivo tra operatori e amministrazione comunale;
 - 15) richiamo delle modalità di subingresso;
 - 16) richiamo delle norme igienico sanitarie per la vendita di generi alimentari;
 - 17) modalità di registrazione delle assenze;
 - 18) richiamo dei criteri per l'assegnazione dei posteggi riservati ai produttori agricoli, nonché modalità di accesso degli stessi produttori;
 - 19) richiamo delle modalità di esercizio dell'attività sulle aree demaniali marittime;
 - 20) le comunicazioni che i commercianti su aree pubbliche devono effettuare al Comune anche in relazione a quanto stabilito nelle presenti direttive.
-

Art. 27

Rilascio delle autorizzazioni di tipo A

1. Le autorizzazioni per il commercio su aree pubbliche sono rilasciate per i settori merceologici previsti dalla normativa nazionale.
 2. Ai fini del rilascio di autorizzazioni di tipo A, ossia mediante l'utilizzo decennale di un posteggio e che abilita anche all'esercizio in forma itinerante nell'ambito del territorio regionale: i Comuni sede di posteggio devono far pervenire alla Regione, Settore Sviluppo e Promozione delle Attività Commerciali, entro il 30 luglio di ogni anno, il numero dei posteggi resisi disponibili nei mercati periodici, compresi quelli stagionali, specificandone la periodicità, il numero identificativo, la superficie ed eventualmente l'appartenenza al settore alimentare o extraalimentare o la specifica tipologia se trattasi di mercato specialistico e se prevista nell'atto istitutivo del mercato a cui si riferiscono.
 3. Entro 45 giorni la Regione rende pubblico sul BURC l'elenco dei posteggi disponibili, nonché il modello di bando a cui i Comuni devono uniformarsi.
 4. Entro 20 giorni dalla data di pubblicazione sul BURC dello specifico Bando Comunale, gli operatori devono trasmettere per raccomandata le domande di partecipazione ai bandi ai Comuni sede di posteggi. I Comuni sedi di posteggio espletano i bandi provvedendo, in conformità ai criteri di assegnazione, alla pubblicazione sul B.U.R.C. della relativa graduatoria contenente l'elenco dei nominativi degli aventi diritto e delle eventuali riserve degli idonei.
 5. Il Comune sede di posteggio provvederà sulla base del provvedimento di assegnazione del posteggio a rilasciare la relativa autorizzazione, dandone notizia al Comune di residenza dell'operatore ai fini della gestione di uno specifico archivio che consenta il controllo di tutta l'attività di ogni singolo operatore e delle eventuali modifiche della stessa.
 6. L'operatore ha facoltà di chiedere che gli siano rilasciati tanti provvedimenti autorizzatori per quanti sono i posteggi concedibili.
 7. La validità e gli effetti giuridici della concessione del posteggio sono tassativamente subordinati alla annotazione e al rilascio del titolo autorizzatorio da parte del Comune competente e non può essere ceduta, a nessun titolo, disgiuntamente dall'autorizzazione.
 8. Entro 90 giorni dall'entrata in vigore della presente legge, i Comuni, in cui sono localizzati i posteggi, convertono d'ufficio in autorizzazioni di cui all'art. 28 comma 1 lett. a) del Decreto Legislativo 114/98 le autorizzazioni e le relative concessioni già rilasciate agli operatori su posteggio in base alla normativa preesistente.
-

Art. 28

Rilascio autorizzazioni di tipo B

1. Al rilascio di nuove autorizzazioni per il commercio su aree pubbliche di tipo B, ossia itineranti su tutto il territorio nazionale, provvede il Comune di residenza dell'operatore.
 2. Uno stesso operatore può essere in possesso di una sola autorizzazione di tipo B.
 3. La nuova autorizzazione di tipo B, nei casi di subingresso, viene rilasciata al subentrante dal Comune di residenza dello stesso.
 4. Le richieste pervenute in Regione dall'1 gennaio 1999 verranno inviate al Comune di residenza del richiedente o al Comune capoluogo di Regione, all'uopo delegato, per i residenti al di fuori del territorio regionale, per essere istruite e decise ai sensi della presente normativa.
 5. Entro 90 giorni dall'entrata in vigore della presente legge, i Comuni competenti convertono d'ufficio in nuove autorizzazioni di cui all'art. 28, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 114/98 le relative autorizzazioni già rilasciate ai sensi della normativa preesistente.
-

Art. 29

Modificazione del contenuto merceologico della autorizzazione

1. La modificazione dell'autorizzazione relativamente al numero o ai settori merceologici è assentita, dal Comune che ha in carico la stessa, previa verifica del possesso dei requisiti soggettivi da parte dell'operatore richiedente.
-

Art. 30

Cambiamento di residenza degli operatori su aree pubbliche

1. In caso di trasferimento di residenza dell'operatore, al Comune di nuova residenza vanno trasmessi tutti i dati concernenti l'operatore connessi all'archivio di cui al comma 5 dell'art. 27 della presente legge.
-

Art. 31

Tasse regionali e comunali

1. Sono abolite tutte le tasse di rilascio e di rinnovo delle autorizzazioni, sia regionali che comunali.
-

Art. 32

Norme sull'esercizio dell'attività

1. L'esercizio del commercio su aree pubbliche è subordinato al rispetto delle condizioni e delle modalità stabilite dal Consiglio Comunale nel rispetto dei criteri fissati dalle presenti direttive.
2. Nella propria deliberazione 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 ai fini della salvaguardia delle zone predette.
3. Possono essere stabiliti divieti e limitazioni all'esercizio anche per comprovati motivi di viabilità, di carattere igienico - sanitario, o di pubblica sicurezza.
4. E' vietato porre limitazioni e divieti per l'esercizio dell'attività, disciplinata dalle presenti direttive, al fine di creare zone di rispetto e tutela della posizione degli operatori in sede fissa.

5. L'operatore commerciale su aree pubbliche che esercita l'attività in forma itinerante, deve esercitare la stessa al di fuori delle aree di mercato e ad una distanza minima di 500 metri dalle stesse.

6. Gli stessi possono sostare nelle aree appositamente predisposte nei modi e nei tempi previsti dal regolamento comunale. L'autorizzazione deve essere esibita ad ogni richiesta degli organi di vigilanza. L'operatore commerciale su aree pubbliche può farsi sostituire, nell'esercizio dell'attività, esclusivamente da chi sia in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del Decreto Legislativo 114/98, salvo il caso di sostituzione momentanea per la quale può essere delegato anche un soggetto privo dei requisiti prescritti, purché socio, familiare coadiuvante o dipendente.

7. E' vietata qualsiasi discriminazione connessa al rilascio delle autorizzazioni o all'espletamento dell'attività in relazione a nazionalità, sesso, religione, regione, provincia o comune di provenienza.

Art. 33

Autorizzazioni stagionali

1. Le autorizzazioni stagionali sono rilasciate dal Sindaco del comune di residenza dell'operatore, 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. 34

Adempimenti per l'inizio dell'attività

1. I commercianti su aree pubbliche al fine del rilascio dell'autorizzazione devono comprovare anche mediante autocertificazione, per i casi previsti dalla vigente normativa in materia, ai Comuni di competenza il possesso dei requisiti soggettivi previsti di cui all'art. 5 del Decreto Legislativo 114/98.

2. I Comuni provvedono ad annotare i dati necessari sull'autorizzazione.

Art. 35

Definizione, ubicazione e organico dei mercati

1. Ai fini dell'applicazione della presente legge, per mercato si intende la concentrazione di una pluralità di posteggi compresi quelli concessi a produttori diretti, ubicati su spazio pubblico o privato appositamente attrezzato per la vendita al dettaglio di merci varie e si svolge nei limiti di spazio e nel giorno fissato così come stabilito nella deliberazione istitutiva.

2. I mercati sono distinti in:

- a) mercati giornalieri nei quali operano esercizi delle merceologie alimentari e non alimentari;
- b) mercati giornalieri specializzati in particolari merceologie;
- c) mercati con periodicità non giornaliera;
- d) mercati con periodicità non giornaliera specializzati in particolari merceologie;
- e) fiere-mercato specializzate di oggetti usati, anticherie, opere d'arte di pittura e scultura, collezionismo, hobbismo e affini, fumetti, libri, stampe, fiori, piante ed affini, animali;
- f) sagre;

3. La definizione delle aree di mercato deve tener conto:

- a) delle previsioni contenute negli strumenti urbanistici vigenti, attesa la validità decennale del posteggio;
- b) delle norme in materia di viabilità;

c) delle limitazioni e dei divieti posti a tutela delle aree aventi valore archeologico, storico, artistico e ambientale;

d) delle prescrizioni di carattere igienico e sanitario;

e) di altro motivo di pubblico interesse.

4. Per i mercati non specializzati devono essere previste due zone distinte riservate rispettivamente ai venditori di generi alimentari ed ai venditori di generi non alimentari.

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

6. Apposite aree di mercato devono essere riservate ai produttori diretti.

7. Il Comune dovrà esperire opportune indagini per verificare che i produttori diretti vendano esclusivamente merci di propria produzione.

Art. 36

Istituzione di un mercato

1. Nel rispetto dell'art. 6, comma 3 e dell'art. 28, comma 13 del Decreto legislativo 114\98, la Regione definisce i criteri generali ai quali i Comuni devono attenersi per la determinazione delle aree e del numero dei posteggi da destinare allo svolgimento dell'attività nel caso di istituzione di nuovi mercati, ivi compresi quelli destinati a merceologie esclusive. Nelle more dell'adozione di tali criteri, i Comuni possono procedere secondo le disposizioni dei successivi commi del presente articolo.

2. L'istituzione di un mercato è disposta con deliberazione del Consiglio Comunale, previa consultazione delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio, maggiormente rappresentate a livello regionale.

3. Nella deliberazione debbono essere indicati:

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

b) l'organico dei posteggi;

c) il numero dei posteggi riservati ai coltivatori diretti;

d) le attrezzature pubbliche, i servizi comunali e le disposizioni di cui al presente articolo.

4. La deliberazione del Consiglio Comunale deve essere trasmessa alla Giunta Regionale, Settore Sviluppo e Promozione delle Attività Commerciali.

5. Qualora più soggetti, purché operatori su aree pubbliche, riuniti in consorzio o società consortili, mettano a disposizione del Comune un'area mercatale, essa può essere destinata a tale attività, se compatibile con le destinazioni urbanistiche, ed i soggetti stessi hanno diritto alle rispettive concessioni di posteggio.

Art. 37

Ampliamento e mutamento della periodicità dei mercati

1. Per l'ampliamento ed il mutamento della periodicità, nel senso di aumento di frequenza dei giorni di mercato, di mercati esistenti, si applicano le stesse norme previste per la istituzione di nuovi mercati.

Art. 38

Modificazione dei mercati

1. Il trasferimento di un mercato nell'ambito del territorio comunale, la modifica della composizione dell'organico, la diminuzione del numero dei posteggi, la diminuzione della periodicità nonché la variazione del giorno in cui si effettua il mercato, sono deliberati dal Consiglio Comunale con le stesse modalità previste per l'istituzione di nuovi mercati.

2. La diminuzione dei posteggi, la modifica della composizione dell'organico e la diminuzione della periodicità possono essere proposte sulla base di documentata diminuzione della domanda dei consumatori.

3. La eventuale sospensione per rilevanti motivi di carattere igienico-sanitario deve riguardare esclusivamente il settore alimentare, consentendo che il settore non alimentare possa continuare l'attività secondo calendario, con preventiva informativa alla Commissione di mercato.

4. La sospensione ad horas del mercato può essere disposta dal Sindaco in caso di comprovate esigenze di ordine pubblico, igienico-sanitario o in caso di calamità naturali.

Art. 39

Dimensioni, attrezzature e parcheggi

1. Le dimensioni globali delle aree occupate dai mercati di ogni tipo esclusi i parcheggi, devono essere tali da consentire all'operatore una adeguata esposizione delle merci oggetto dell'attività.

2. Le corsie di passaggio fra le installazioni degli esercizi dei nuovi mercati non potranno essere inferiori a metri 2,50.

3. I posteggi devono avere una superficie utile tale da poter essere utilizzati anche dagli automezzi attrezzati come punti di vendita.

4. Tra un posteggio e l'altro dovrà essere previsto uno spazio divisorio nella misura compresa tra m. 0,50 e m. 1,00 e dovrà essere lasciato sempre libero da cose e attrezzature

5. L'eventuale tendone a copertura del banco deve essere situato ad una altezza minima dal suolo di m. 2 misurati nella parte più bassa.

6. L'istituzione dei nuovi mercati giornalieri o periodici è condizionata dalla realizzazione di adeguati impianti e servizi con carattere di particolare funzionalità e stabilità per quelli giornalieri, in ottemperanza a quanto disposto dalle vigenti norme sanitarie emanate dal competente Ministero.

Art. 40

Mercati domenicali e festivi

1. E' consentito lo svolgimento di mercati nei giorni domenicali e festivi ai:

a) mercati che al momento dell'entrata in vigore del Decreto Legislativo 114/98 venivano già svolti in detti giorni e quindi possono continuare la loro attività con le modalità già previste;

b) fiere-mercato caratterizzate da una determinata specializzazione merceologica, di cui alla lettera e) dell'art. 35 della presente legge, istituita dai Comuni stessi.

2. Durante lo svolgimento dei mercati di cui alle lettere a) e b) del presente articolo è consentito agli operatori al dettaglio, diversi dai commercianti su aree pubbliche, di tenere aperti gli esercizi.

3. Sono fatte salve comunque le deroghe alla chiusura domenicale e festiva stabilite dalle vigenti norme statali e regionali in materia di orari per gli esercizi commerciali.

Art. 41

Criteria per la concessione e la revoca dei posteggi

1. La concessione dei posteggi ha validità decennale e può essere tacitamente rinnovata.
2. L'assegnazione dei posteggi disponibili deve avvenire mediante bando di gara.
3. Le domande sono inviate direttamente al Sindaco del Comune sede di posteggio, mediante raccomandata, con le modalità e nei termini stabiliti dagli avvisi pubblici.
4. Le assegnazioni sono fatte in base a graduatoria delle domande secondo i seguenti criteri di priorità:
 - a) richiesta di posteggio aggiuntivo da parte di soggetti già titolari di autorizzazione di tipo A all'esercizio del commercio su aree pubbliche, purché il numero complessivo dei posteggi non superi le sette unità;
 - b) in subordine al precedente criterio, maggior numero di presenze effettive cumulate dall'operatore nel mercato oggetto del bando, così come risulta dalla documentazione agli atti del Comune;In ulteriore subordine progressivo:
 - c) anzianità di rilascio della autorizzazione amministrativa;
 - d) anzianità della iscrizione al registro delle imprese;
 - e) numero familiari a carico;
 - f) anzianità del richiedente;
 - g) presenza nel nucleo familiare di portatore d'handicap.
5. L'operatore che, a seguito di partecipazione a più bandi di concorso, risulti assegnatario di un numero di posteggi eccedente i limiti prefissati di cui alla lettera a) del comma 4 del presente articolo, deve effettuare specifica opzione, presentando rinuncia dei posteggi in eccedenza ai Comuni sede di detti posteggi, prima del rilascio del titolo di concessione.
6. I Comuni sede di posteggi per i quali è stata effettuata la rinuncia assegneranno gli stessi agli operatori aventi titolo o alle eventuali riserve degli idonei secondo l'ordine della relativa graduatoria.
7. Le concessioni dei posteggi ai coltivatori diretti, ai mezzadri e ai coloni, i quali intendono esercitare nelle aree appositamente previste nei mercati periodici, sono effettuate dai Comuni sede di mercato secondo quanto stabilito dal regolamento del mercato stesso.
8. Nell'assegnazione dei posteggi in mercati di nuova istituzione le priorità di cui ai precedenti commi vanno applicate limitatamente al 50 per cento dei posteggi disponibili. Il rimanente 50 per cento va riservato:
 - a) la metà ad operatori con un numero di concessioni di posteggio complessivamente possedute minori di tre, con priorità determinata in misura inversamente proporzionale al numero di posteggi posseduti ed in subordine secondo le lettere c), d), e), f), g) del comma 4 del presente articolo;
 - b) la rimanente metà ad operatori completamente sprovvisti di concessione di posteggio con priorità secondo i precedenti commi;
9. Il Comune può autorizzare lo scambio di posteggi fra operatori nell'ambito dello stesso mercato ed esclusivamente per posteggi localizzati nello stesso settore merceologico, può altresì consentire il cambio di posteggio con uno disponibile e non ancora comunicato alla Regione ai fini della pubblicazione dei Bandi di concorso.
10. In caso di richieste concorrenti verrà applicato il criterio di priorità all'uopo previsto nel regolamento comunale di mercato.
11. Le aree su cui si svolgono fiere, fiere-mercato o sagre devono essere distinte dalle aree in cui si svolgono i mercati periodici o giornalieri. Le assegnazioni dei posteggi sono stabilite dal Sindaco in base ai criteri stabiliti nel provvedimento d'istituzione.
12. I posteggi liberi non ancora oggetto di bando e quelli non occupati temporaneamente dai titolari della relativa concessione sono assegnati giornalmente ai soggetti legittimati ad esercitare il commercio su aree pubbliche che vantino il più alto numero di presenze nel mercato di cui trattasi.

13. Nelle fiere-mercato specializzate di cui alla lettera e) del comma 2, art. 35, della presente legge, i Comuni, nel relativo provvedimento d'istituzione, possono riservare posteggi ad artigiani nonché a soggetti che intendano esporre e/o vendere opere di pittura, scultura, di grafica ed oggetti di antichità o di interesse storico o archeologico. Possono, inoltre, partecipare a dette manifestazioni i soggetti che non esercitano l'attività commerciale in modo professionale, ma vendono beni ai consumatori in modo del tutto sporadico ed occasionale.

14. In occasione di fiere-mercato o sagre o di altre riunioni straordinarie di persone, il Comune può concedere autorizzazioni temporanee.

15. La conservazione del posteggio in caso di assenza è regolata secondo i limiti stabiliti dal comma 4, lett. b dell'art. 29 del Decreto Legislativo 114/98.

16. Per la revoca e/o decadenza del posteggio si applica quanto previsto dall'articolo 29 del Decreto Legislativo 114/98.

Art. 42

Trasmissione della concessione dei posteggi

1. *La concessione dei posteggi è strettamente personale. Il trasferimento della autorizzazione è consentito solo se avviene con la concessione dell'azienda in proprietà o in affitto e comporta anche il passaggio della concessione al subentrante.* (1)

2. Il subentrante in possesso dei requisiti di cui all'art 5 del Decreto Legislativo 114/98 deve comunicare l'avvenuto subingresso entro sei mesi, pena la decadenza del diritto di esercitare l'attività del dante causa, salvo proroga di ulteriori 30 giorni in caso di comprovata necessità.

3. Il subentrante per causa di morte ha comunque la facoltà di continuare provvisoriamente l'attività fino alla regolarizzazione prescritta dal comma precedente, fermo restando il rispetto dei termini di decadenza indicati da detto comma.

(1) Comma sostituito dall'articolo 1, comma 101 della legge regionale 6 maggio 2013, n. 5.

Art. 43

Schedario delle imprese che esercitano il commercio su aree pubbliche

1. I Comuni sono obbligati a tenere uno schedario cartaceo o su supporto magnetico dal quale risultino, per ogni autorizzazione in carico:

- 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 competente;
- d) estremi della concessione dei posteggi, nonché l'ubicazione, la periodicità, il numero identificativo e la superficie;
- e) settori merceologici autorizzati.

2. Su tale schedario dovranno essere riportati tutti gli eventi riguardanti l'autorizzazione ed i posteggi (subingresso, cambiamenti di residenza del titolare, sospensione, revoche, decadenza, altre variazioni).

Art. 44

Comunicazioni alla regione

1. Entro il 30 luglio di ogni anno, i Comuni sono tenuti a trasmettere alla Regione, Settore Sviluppo e Promozione delle Attività Commerciali, i dati sulle autorizzazioni rilasciate.

2. La Regione si riserva di predisporre modelli sui quali i Comuni dovranno riportare i dati delle rilevazioni annuali.

3. I Comuni devono, infine, inviare al Settore sviluppo e Promozione delle attività Commerciali, entro il 30 novembre di ogni anno le notizie relative alle fiere-mercato o sagre, ai sensi dell'art. 7 della L.R. 4 aprile 1995 n. 11, per l'inserimento delle stesse nel Calendario Regionale.

Art. 45

Sanzioni

1. Le sanzioni amministrative sono applicate dal Comune ove si è verificata l'infrazione, secondo quanto previsto dall'art. 29 del Decreto Legislativo 114/98.

Art. 46

Indirizzi per la definizione dei canoni per la concessione del posteggio

1. I canoni minimi e massimi delle tasse di posteggio applicabili dai Comuni in relazione alla classe di appartenenza sono fissati come segue:

CLASSE	INTERVALLI (Lire)
I	100 - 150 al mq. per giornata
II	80 - 130 al mq. per giornata
III	60 - 110 al mq. per giornata
IV	40 - 90 al mq. per giornata
V	20 - 70 al mq. per giornata

2. Detta tassa potrà essere applicata solo da quei comuni i quali abbiano dotato le aree di quelle infrastrutture e servizi di base essenziali, quali: asfaltatura o pavimentazione, allacciamenti elettrici, idrici e fognari, servizi e parcheggi ai sensi di quanto stabilito dalla presente normativa.

3. I limiti della tassa di posteggio relativi al mq. annuo sono ricavabili da quelli giornalieri moltiplicati: per 40 settimane e per sette giorni per gli operatori che occupano permanentemente il suolo pubblico, 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 sopra indicati, possono graduare nel tempo il previsto incremento della tassa di posteggio. Inoltre il livello di detta tassa potrà essere differenziato nell'ambito del territorio comunale per tener conto delle diverse tipologie di mercato. Analoga differenziazione può essere prevista a seconda della stagionalità dell'attività di mercato e dell'esistenza o meno di consistenti flussi turistici.

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 40 settimane annue, il cui importo medio per giornata di frequenza non potrà comunque scendere al di sotto dell'aliquota minima stabilita per il Comune interessato.

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

8. L'elenco dei Comuni compresi in ciascuna delle 5 classi è quello determinato dalla deliberazione di Giunta regionale n. 6858 del 7 luglio 1996 pubblicata sul BURC n. 58 del 16 settembre 1996.

Art. 47

Attività promozionali della regione

1. La Regione Campania assume iniziative di promozione del comparto commerciale, con particolare 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) al commercio elettronico;
 - d) alle problematiche connesse al mercato ed alla moneta unica europea;
 - e) alla valorizzazione delle produzioni tipiche regionali.
-

Art. 48

Rinvio al Regolamento

1. Oltre a quanto previsto dalla presente legge, il Consiglio regionale, su proposta della Giunta regionale, adotta norme regolamentari concernenti gli aspetti operativi e di disciplina delle attività di vendita.

Art. 49

Provvedimenti sostitutivi regionali

1. Al fine di assicurare gli adempimenti previsti dall'art. 6 del Decreto Legislativo 114/98, in caso di inerzia dei comuni, la Giunta Regionale nomina un Commissario ad acta individuato tra il proprio personale dirigente.

2. Il Commissario si sostituisce, per gli effetti di cui al comma 1, agli organi dell'amministrazione comunale fino all'emanazione dei necessari provvedimenti.

Art. 50

Disposizioni finali

1. Sono abrogate la legge regionale n. 10 del 4 aprile 1995 e la Deliberazione di Consiglio Regionale n. 141/8 del 19 dicembre 1996.

2. La presente legge è dichiarata urgente, ai sensi e per gli effetti del secondo comma dell'art 127 della Costituzione ed entra in vigore dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione Campania.

7 gennaio 2000

Losco