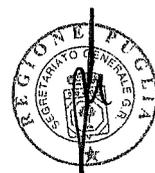




*Regione Puglia*  
*Segretariato Generale della Giunta Regionale*

**DISEGNO DI LEGGE N.30/2014 DEL 02/12/2014**

**"CODICE DEL COMMERCIO"**



## Relazione

Il settore dei servizi commerciali è stato da sempre oggetto di una normativa propria, complessa e articolata, spesso integrata da norme o vincoli derivanti da esigenze eterogenee: igiene, ordine pubblico, salvaguardia architettonica, ecc.

Il primo corpo organico di norme si è sviluppato a partire dagli anni '70 del secolo scorso, con la legge 426/71, che riguardava il commercio in sede fissa, seguita negli anni successivi, da norme riguardanti il commercio su aree pubbliche, le rivendite di giornali e riviste ed i pubblici esercizi.

Anche settori particolari quali i distributori di carburante hanno avuto in quegli anni importanti cambiamenti normativi.

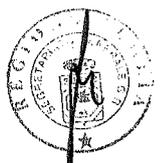
Tutte le norme citate presentavano un logica comune che si può riassumere in pochi punti:

- una rigida suddivisione per settori (commercio fisso, pubblici esercizi, ecc.) e sotto settori (tabelle merceologiche, tipologie di somministrazione) con vincoli per le imprese nel passaggio anche tra un sotto settore e l'altro;
- la necessità di titoli "autorizzatori" rilasciati dai comuni per aprire, ampliare o modificare la propria attività;
- la limitazione nel numero e nella collocazione spaziale di queste autorizzazioni sulla base di provvedimenti comunali che individuavano, fra l'altro, il numero e/o la superficie "ottimale" di quella tipologia di attività nelle diverse zone del comune in relazione alla domanda per quel tipo di servizio;
- un ruolo centrale dei comuni, deputati ad approvare i vari "piani di settore" con il concorso, ancora abbastanza marginale, delle regioni per quanto riguarda le strutture commerciali più rilevanti;
- necessità di particolari requisiti per l'esercizio delle attività, con la presenza di iscrizioni a registri o albi connessa al possesso di particolari "titoli".

Questa impostazione normativa è rimasta predominante per oltre un ventennio, sebbene con alcuni tentativi di modifiche e aggiustamenti, e precisamente fino al D. lgs. 114/98 (ancora oggi noto come decreto Bersani) che ha modificato la normativa del commercio in sede fissa e su aree pubbliche.

Fra le altre innovazioni il decreto "Bersani" ha:

- semplificato le normative per i piccoli esercizi; liberalizzando le aperture degli esercizi di vicinato e riducendo i settori merceologici da 14 a 2 (alimentare, non alimentare);
- minimizzato i requisiti di accesso alla professione (abolendo il Registro Esercenti Commercio),
- collegato il commercio con l'urbanistica, imponendo il collegamento fra autorizzazione commerciale ed edilizia,
- temperato il criterio di equilibrio economico con un più generale equilibrio delle forme distributive e la presenza di alcuni automatismi di ampliamento;
- rafforzato i poteri delle regioni nel rilascio delle autorizzazioni per grandi strutture di vendita, dando loro anche un ruolo attivo nelle politiche di promozione del commercio.



Negli anni successivi quasi tutte le regioni hanno legiferato in materia.

Un ulteriore cambiamento è stato introdotto dalla devoluzione del settore del commercio come competenza esclusiva delle regioni in seguito alla modifica del Titolo V della Costituzione, questo ha consentito a molte regioni di superare i dettami della Bersani per procedere a normative formalmente autonome.

Negli anni 2006/2007 il governo nazionale, attraverso diverse norme anch'esse promosse dal Ministro Bersani (legge 248/2006 che ha consentito fra l'altro la vendita di farmaci fuori dalle farmacie e legge 133/2008 che ha stabilito che non possono essere introdotti contingenti numerici e legge .122/2010 art. 49, 4 bis che ha introdotto il regime della SCIA, Segnalazione certificata inizio attività), ha provveduto, fra l'altro, a limitare l'autonomia normativa delle regioni contemperandola con la **tutela della libertà di impresa e della concorrenza**.

L'approvazione della direttiva 2006/123 CE (c.d. Bolkestein) ha introdotto un cambiamento radicale della normativa, che purtroppo è stato recepito in Italia in maniera tardiva e incompleta, ma che è destinato ad avere effetti duraturi su tutte le attività di servizio.

L'entrata in vigore della normativa nazionale (D. Lgs. 59/2010) e regionale di recepimento (reg. reg. n. 3/2011) hanno rappresentato solo un primo passo destinato ad essere seguito da cambiamenti radicali.

La direttiva Bolkestein è significativa sia per i cambiamenti rispetto alla normativa esistente, sia in quanto fornisce una normativa quadro generale applicabile ai diversi settori dei servizi.

I principi generali della normativa sono, in estrema sintesi:

- non definire più vincoli numerici per nuove strutture basati sull'equilibrio economico o sulla capienza del mercato.
- parità di trattamento fra gli operatori, soprattutto nell'accesso a risorse scarse, senza priorità per operatori già presenti.
- la norma vale per tutte le attività di servizio: tranne alcune eccezioni, conseguentemente i confini fra i vari settori possono essere rimossi;
- le limitazioni numeriche sono giustificabili solo se l'accessibilità al servizio è limitato, in questi casi si deve procedere all'assegnazione dei servizi attraverso bandi aperti, senza priorità per quanti già oggi svolgono il servizio;
- le aperture di attività sono soggette, normalmente, a sola comunicazione (SCIA); l'autorizzazione e la necessità di requisiti specifici sono necessari solo per "motivi imperativi di interesse generale" opportunamente documentati. come ad esempio:
  - - la tutela dei consumatori e dell'equità delle transazioni commerciali;
    - la tutela dell'ambiente;
    - la tutela dell'ambiente urbano;
    - il raggiungimento di obiettivi di politica sociale e culturale.



In questo contesto vanno considerate alcune peculiarità delle regione Puglia che sono rilevanti per l'elaborazione di normative del settore.

In primo luogo va riaffermata la centralità del territorio nel processo di programmazione commerciale. Il commercio viene cioè visto non solo come settore economico, ma come componente importante nella progettazione dello sviluppo di un territorio ed in particolare dei contesti urbani.

Emerge innanzitutto la necessità di un'immagine diversa di città, più densa urbanisticamente e dotata di servizi, mettendo in crisi un modello di crescita basato sullo sviluppo di quartieri periferici estesi e senza servizi. Analizzando esempi di altri paesi si è visto che il tessuto urbano, se adeguatamente strutturato è in grado di ospitare anche insediamenti commercialmente attrattivi come le medie strutture e i mercati su aree pubbliche. Interventi che diventano attrattori fondamentali del centro commerciale naturale, scoraggiando l'apertura di strutture periferiche.

Per consentire questi insediamenti occorre:

- aumentare le infrastrutture del centro (parcheggi) necessarie anche per compensare la maggiore attrattività legata alle nuove strutture insediate;
- semplificare il quadro normativo evitando una legislazione commerciale ridondante che scoraggi gli investimenti..

A tal fine un possibile strumento adottabile dalla regione è quello di legare le norme di incentivo alle norme di vincolo per indurre i comuni ad applicare correttamente la normativa di riferimento e di collegare più strettamente gli oneri derivanti da nuovi insediamenti alle opere necessarie per l'infrastrutturazione della città e del territorio.

Infine è stata valutata l'utilità della creazione di livelli sovra comunali per la programmazione commerciale al fine di evitare una eccessiva frammentazione delle politiche e la concorrenza fra territori limitrofi.

Nel contesto regionale vanno evidenziati alcuni dati rilevanti per il sistema dei servizi:

- il ridotto numero di comuni e di province in rapporto alla popolazione, appena 258 comuni e 6 province contro, rispettivamente, i 348 e 9 dell'Emilia Romagna ed i 1.205 e 8 del Piemonte, regioni con popolazioni comparabili;
- l'assenza di "metropoli" cioè di comuni con popolazioni superiori a 350.000 abitanti e la forte presenza di centri intermedi con popolazione vicina ai 50.000 residenti;
- i livelli di reddito non sono elevati rispetto al contesto italiano e la presenza del turismo, benché in crescita, rimane attorno ai 12/13 milioni di presenze all'anno un livello che rappresenta un apporto significativo solo in alcune aree e durante il periodo estivo;
- il tasso di motorizzazione e di occupazione femminile sono inferiori alla media nazionale, elementi che influiscono sulla mobilità verso le grandi strutture e la necessità di ridurre i tempi di acquisto quotidiano.

A questo si aggiungono altri elementi di differenziazione quali la densità della popolazione della provincia di Foggia e provincia di Lecce che assomma quasi 100 comuni sui 258 esistenti.



La rete distributiva pugliese si caratterizza da un lato per la presenza di un forte **settore di commercio ambulante**, favorito anche dal clima e dal forte peso delle tradizioni locali.

Il comparto, anche in virtù della flessibilità delle imprese impiegate, sembra resistere abbastanza bene alla crisi, mantenendo un ruolo rilevante anche nel settore alimentare e garantendo prezzi concorrenziali con la grande distribuzione.

Rimangono alcuni problemi strutturali, quali l'inadeguatezza delle aree mercatali in termini di strutture e di rispetto dei requisiti igienico sanitari.

Lo sviluppo della **grande distribuzione** si è realizzato soprattutto attraverso centri commerciali periferici caratterizzati da ipermercati di grandi dimensioni e da gallerie con numerosi esercizi di vicinato e medie strutture.

Attorno a questi centri sono nati poi parchi commerciali più o meno strutturati in cui si trovano i principali marchi di grandi esercizi specializzati diffusi a livello nazionale.

Questi centri si sono concentrati soprattutto nei dintorni della città di Bari sfruttando i vantaggi della concentrazione di popolazione. Meno diffusi risultano in altre zone come la Provincia di Foggia, che presentano densità meno rilevanti.

Questo modello, sviluppatosi impetuosamente fino a metà degli anni 2000, ha evidenziato in questi ultimi anni momenti di crisi particolarmente rilevanti in Puglia, ma diffusi nell'intero paese.

La difficoltà del contesto concorrenziale è testimoniata da un lato dalla difficoltà di attivare autorizzazioni già rilasciate, dall'altro dall'abbandono di alcuni marchi internazionali, con chiusura di alcune attività anche di medio grandi dimensioni.

Dall'altro lato la media distribuzione, che normalmente si inserisce più capillarmente nel tessuto urbano, ha avuto uno sviluppo più problematico che raramente ha visto la creazione di centri commerciali pianificati da destinare ad un servizio di vicinato e più spesso ha visto la crescita di medie strutture prive dei necessari parcheggi e infrastrutture.

Il commercio di vicinato si trova quindi in una situazione critica stretto fra la contrazione dei consumi e dei fatturati, la crescita della tensione concorrenziale e la necessità di innovare i propri servizi.

Insomma una rete distributiva che presenta molti elementi di innovazione, ma anche altrettanti legami con la tradizione e che si trova in un momento di transizione importante.

Attualmente, in materia di commercio in Puglia è vigente la l.r. 11/2003 emanata ai sensi del Titolo V della Costituzione. Nel tempo la legge ha subito alcuni cambiamenti dovuti anche all'entrata in vigore delle leggi di liberalizzazione del 2006 e 2007, tuttavia l'impianto è rimasto sostanzialmente inalterato.

La normativa regionale di settore, anche grazie ai necessari aggiornamenti, ha consentito una maggiore linearità nei percorsi autorizzativi ed una minore conflittualità amministrativa. La legge incorpora le principali novità emerse nel quadro nazionale, come la normativa per i beni a basso impatto, ed ha qualche tratto innovativo come l'unificazione delle dimensioni degli esercizi in rapporto alle dimensioni demografiche dei comuni.



Le normative comunali che devono regolare lo sviluppo delle medie strutture di vendita non sono state approvate in maniera omogenea sul territorio e, anche alla luce delle modifiche della normativa nazionale, sono forse da rivedere.

La legge prevede un numero abbastanza rilevante di regolamenti attuativi anche se va considerato che alcuni di essi riguardano istituzioni come l'osservatorio ed i centri di assistenza tecnica, che sono in realtà funzionali all'intero settore del commercio.

La forte presenza di regolamenti ha contribuito ad una certa flessibilità, utile a garantire la possibilità di "aggiustare il tiro" rispetto a evoluzioni del contesto e della normativa, senza dover incidere direttamente sulla legge. Significativa in questo senso è la differenza di impostazione fra il primo ed il secondo regolamento per la definizione degli obiettivi di presenza di grandi strutture di vendita.

Per il settore della somministrazione di alimenti e bevande e le rivendite di giornali e riviste la Puglia non si è mai dotata di una propria normativa e per il **commercio su aree pubbliche** è vigente la l.r. 18/2001 che fa riferimento alla riforma Bersani del 1998. Quest'ultima non ha regolamenti attuativi, ma è agile e sintetica e forse per questo ha "resistito" in questi anni senza sostanziali modifiche. Le principali criticità sono da ricercarsi nell'evoluzione del contesto piuttosto che nella normativa soprattutto in relazione ai criteri di assegnazione/rinnovo dei posteggi e per la previsione di un'autorizzazione per il commercio itinerante, nel momento in cui per iniziare molte attività è sufficiente una SCIA.

La **legge sui distributori di carburante** è stata recentemente modificata (2012) ed è quindi sostanzialmente adeguata alle esigenze odierne.

Con il Codice si intende garantire in estrema sintesi:

- **maggior tutela del consumatore:** garantendo la qualità minima degli esercizi commerciali (sicurezza alimentare, uso della lingua italiana, adempimenti fiscali minimi), evitando l'elusione delle normative vigenti e garantendo l'estensione di queste garanzie a nuovi settori/servizi che si affacciano sul mercato;
- **mantenimento e, in qualche caso, rafforzamento del controllo dell'impatto sociale di alcune attività:** vendita e somministrazione di alcoolici, gioco, rumorosità dei locali, problematiche di pubblica sicurezza, gestione degli assembramenti, ecc.

L'obiettivo quindi è predisporre una normativa che:

- ▶ aiuti i comuni nel governo i problemi reali del territorio (degrado urbano, rischi di desertificazione commerciale, rapporto utenti dei servizi/cittadini, dequalificazione del tessuto distributivo, ecc.);
- ▶ contribuisca a migliorare la qualità dei servizi al cittadino in termini di: accessibilità delle varie forme distributive, garanzie sui prodotti e servizi acquistati, rapporto qualità prezzo;
- ▶ sia di stimolo all'economia, favorendo l'innovazione nel settore dei servizi promuovendo la libertà d'impresa;
- ▶ semplifichi la vita agli imprenditori, eliminando obblighi non più attuali, la ridondanza e l'intreccio fra le diverse normative.

La redazione di un testo unico delle normative afferenti al settore commerciale risponde a diverse necessità.



In primo luogo vi è l'esigenza di rendere organico il corpus delle normative oggi composto in parte da norme regionali, elaborate in tempi diversi, e in parte da alcuni settori ancora dipendenti dalla normativa nazionale.

In secondo luogo il testo unico intende adeguare le diverse normative al nuovo quadro legislativo ed economico sopra delineato.

Infine, ma non meno importante, vi è una esigenza di integrazione fra le diverse normative per andare verso una semplificazione del quadro e degli adempimenti per gli operatori e le amministrazioni ed aumenti l'efficacia delle politiche pubbliche.

Il principio guida adottato nella redazione del testo è la definizione di **norme quanto più possibile generali** sulla vendita di beni, la somministrazione e l'erogazione di servizi (in particolare quelli che operano in locali aperti al pubblico), pur mantenendo le specificità dei diversi settori laddove siano necessarie/utili.

Nello specifico gli obiettivi che sono alla base dell'articolato proposto possono essere così individuati:

- **passare da una normativa settoriale ad una prestazionale:** il principio generale dovrebbe essere che chiunque svolge attività simili deve avere obblighi e sottostare a requisiti simili, indipendentemente dal "settore" di appartenenza. Per esempio un locale che venda alimentari e consenta il consumo sul posto dovrebbe avere gli stessi vincoli (in termini di requisiti igienico, di autorizzazioni ecc.) sia che sia un pubblico esercizio, un artigiano o un negozio di vicinato;
- **attenuazione delle normative settoriali:** si è cercato, pur nel rispetto delle peculiarità dei settori, di uniformare le procedure e le modalità di autorizzazione delle varie attività. Si tratta di una semplificazione potenzialmente rilevante per gli operatori.
- **la comunicazione (o in subordine la SCIA) come strada normale per l'apertura, la chiusura ed il trasferimento delle attività,**
- **limitare la necessità di autorizzazione** a strutture che presentano aspetti di particolare impatto sul territorio o su cui comunque si deve esercitare una discrezionalità della pubblica amministrazione .

Il testo unico è organizzato in una prima parte generale, in una serie di normative di settore e in una parte finale, che riporta le sanzioni, le abrogazioni e le disapplicazioni delle norme previgenti.

La prima parte è sicuramente la più significativa in quanto viene integrato quanto previsto dalle diverse normative di settore.

L'armonizzazione è stata realizzata uniformando quanto più è possibile le normative fra i diversi settori, mantenendo solo le eccezioni significative, dall'altro promuovendo strumenti funzionali all'intero comparto.



In particolare la normativa prevede:

- **l'unificazione di alcune normative per tutti i settori:** quali la pubblicità dei prezzi, i sub ingressi ecc.
- **la razionalizzazione ed estensione di alcuni istituti originariamente previsti dalla normativa commerciale in sede fissa:** centri di assistenza tecnica, Osservatorio del commercio, distretti urbani del commercio e ora estesi a **tutte le attività commerciali**;
- la regolamentazione di tutte le attività di vendita al dettaglio, eliminando i riferimenti a normative nazionali ormai obsolete;
- **la SCIA** come modalità normale di inizio delle attività;
- **l'autorizzazione** rimane come eccezione prevista per attività impattanti o che necessitano di particolari verifiche/controlli preventivi. In particolare rimangono soggette ad autorizzazione le attività che hanno o potrebbero avere impatti sul territorio:
  - strutture commerciali di dimensioni rilevanti;
  - esercizi che prevedono la vendita e/o la somministrazione di alcolici;
  - attività che prevedano la permanenza di gruppi di persone o in cui si svolgano comunque attività che possano incidere indirettamente sullo spazio pubblico creando problemi quali, ad esempio, il rumore.
  - strutture con potenziali impatti ambientali; (distributori di carburante)
  - attività che si svolgano su aree pubbliche.

Infine le norme finali contengono le sanzioni e le modalità di sospensione e revoca delle autorizzazioni. Anche in questo caso l'unificazione delle normative consente di semplificare notevolmente la normativa.

P.O. Carburanti e Oli minerali: Michele Dileone

*Michele Dileone*

La Dirigente dell'Ufficio Artigianato Fiere e Mercati: Marta Lisi

*Marta Lisi*

La Dirigente del Servizio: Teresa Lisi

*Teresa Lisi*

La Direttrice dell'Area Politiche per lo Sviluppo, il Lavoro e l'Innovazione:

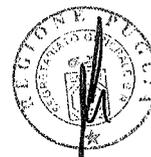
Antonella Bisceglia

*Antonella Bisceglia*

L'Assessore proponente:

Loredana Capone

*Loredana Capone*



## 1. COMMENTO ALL'ARTICOLATO

### Titolo I - Capo I- Disposizioni generali

Il titolo contiene una normativa generale dell'intero comparto. In questo titolo vengono riportate le principali integrazioni fra le diverse normative settoriali.

#### Art. 1

##### *Oggetto della legge*

L'oggetto della legge identifica le attività commerciali e il campo di applicazione della legge con riferimento ai diversi settori di applicazione, le eccezioni sono quelle già previste dalle norme vigenti.

#### Art. 2

##### *Finalità*

Le finalità, pur essendo articolate in ragione dell'ampiezza dei settori, risultano molto semplificate rispetto alla somma delle diverse normative di settore. Inoltre l'integrazione tra le normative dei diversi settori consente di avere un quadro coordinato degli obiettivi della legge. Sono stati poi rafforzati e meglio articolati alcuni obiettivi come la tutela dei consumatori.

#### Art.3

##### *Articolazione dell'intervento regionale*

La legge conserva un ruolo di normativa generale che rimanda a provvedimenti attuativi per gli aspetti di dettaglio. In tale sede sarà possibile ridurre notevolmente il numero dei provvedimenti attuativi rispetto a quelli attualmente vigenti, pur mantenendo la coerenza degli stessi, semplificando ulteriormente il quadro normativo. Nell'articolo vengono inoltre individuate le modalità di partecipazione dei diversi soggetti interessati al processo di attuazione della legge.

#### Art. 4

##### *Definizioni generali*

L'articolo contiene definizioni generali, valide per l'intero testo, per rendere più chiaro l'articolato. Il testo unico consente di uniformare l'utilizzo dei termini.

#### Art. 5

##### *Requisiti di accesso e di esercizio dell'attività*

I requisiti di accesso ed esercizio all'attività commerciale sono ormai definiti dalla normativa nazionale a cui si rimanda. Il comma 2 sui pastigliaggi recepisce una esigenza di maggiore libertà per questa tipologia di prodotto alimentare che non necessita di particolari cautele nella vendita.

#### Art. 6

##### *Subentro nella gestione*

Le norme sui subentri nella gestione (o sub ingressi) sono state integrate fra i diversi settori. Norme particolari riguardano solo i trasferimenti di titolarità nel settore dei distributori di carburante e delle attività su aree pubbliche che presentano esigenze specifiche.


## **Capo II - Norme generali sulla vendita**

### **Art. 7**

#### ***Pubblicità dei prezzi.***

I requisiti sulla pubblicità dei prezzi vengono uniformati per tutte le attività, rimangono alcune norme particolari legate agli esercizi di somministrazione e ai carburanti.

### **Art. 8**

#### ***Vendite straordinarie.***

L'articolo contiene la definizione delle vendite straordinarie; per la regolamentazione più dettagliata si rimanda ai regolamenti attuativi come già avviene attualmente. Viene inoltre introdotta la tipologia di vendita a prezzi ribassati di prodotti di marca (Outlet), una modalità che si sta diffondendo nella pratica commerciale.

### **Art. 9**

#### ***Orari di apertura e di chiusura.***

Pur adeguandosi alla liberalizzazione degli orari l'articolo, nel rispetto della normativa nazionale vigente, la norma rafforza i poteri dei comuni nella gestione delle problematiche di orario che possono essere generate in alcune parti del territorio.

### **Art. 10**

#### ***Gestione di reparto***

La gestione di reparto già presente nella normativa del commercio in sede fissa viene riproposta ed estesa anche ai pubblici esercizi.

## **Capo III - Programmazione della rete distributiva**

### **Art. 11**

#### ***Contenuti dei documenti regionali di indirizzo e programmazione***

Vengono definiti i contenuti della programmazione regionale nelle sue linee generali valide per tutti i settori in cui opera la legge.

### **Art. 12**

#### ***Strumenti comunali di programmazione e incentivazione***

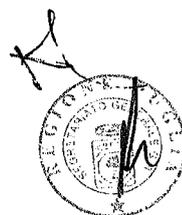
La regolamentazione operativa del settore rimane in gran parte in mano ai comuni che opereranno attraverso un **provvedimento generale di indirizzo strategico** e uno o più provvedimenti operativi settoriali e di incentivo fra loro coordinati.

## **Capo IV - Strumenti di promozione del commercio**

### **Art. 13**

#### ***Sviluppo e promozione del commercio***

Si riprendono, dalla normativa sul commercio in sede fissa gli strumenti per la riqualificazione del commercio nei centri storici e nelle altre aree urbane. Si tratta dei **distretti urbani del commercio** e i **progetti di valorizzazione commerciale**. In questa sede le normative vengono riprese e meglio specificate e soprattutto diventano patrimonio di tutte le tipologie di esercizio commerciale. La lotta alla desertificazione nei centri di minor consistenza demografica è ripresa dalla normativa del commercio, ma diventa un obiettivo trasversale a tutte le normative di settore.



**Art. 14**

***Osservatorio regionale del commercio.***

L'osservatorio regionale sul commercio è già esistente, tuttavia alcune delle normative precedenti prevedevano diversi osservatori settoriali, la loro integrazione è una premessa per una gestione delle informazioni più adeguata alle nuove esigenze. L'articolo consente di gestire in maniera integrata le informazioni dei diversi settori e i relativi risultati.

**Art. 15**

***Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali.***

Anche i Centri di assistenza tecnica CAT, già istituiti dalla precedente normativa, ampliano il proprio orizzonte operativo diventando uno strumento al servizio di tutti i settori del commercio.

**TITOLO II - COMMERCIO IN SEDE FISSA**

E' ridotto a soli 6 articoli a testimonianza del peso delle norme generali, in realtà vengono normate soprattutto le medie e grandi strutture di vendita, mantenendo la struttura dell'attuale normativa.

**Art. 16**

***Classificazione delle strutture commerciali.***

La classificazione delle strutture commerciali riprende quella vigente, alcune modifiche migliorano la leggibilità del testo. Sono quindi mantenute le classificazioni dimensionali (vicinato, medie e grandi strutture), settoriali (alimentare e non alimentare) e di aggregazioni d'impresе (centri commerciali, aree commerciali integrate).

**Art. 17**

***Modalità di apertura, trasferimento e ampliamento degli esercizi.***

Le modalità di attivazione degli esercizi per le diverse tipologie di attività sono analoghe a quelle previste dalla normativa vigente. Il procedimento è rivolto al SUAP e non più ai comuni.

**Art. 18**

***Pianificazione territoriale e urbanistica degli insediamenti commerciali***

Si conferma in capo ai comuni la titolarità della pianificazione urbanistica degli insediamenti commerciali.

**Art. 19**

***Dotazione di aree a parcheggio***

Per la definizione delle aree a parcheggio si rimanda ai provvedimenti attuativi, riconfermando la normativa precedente.

**Art. 20**

***Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale.***

Si conferma anche la correlazione tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale, introdotta dal 2001 per evitare abusi.



**Art. 21**

**Commercio all'ingrosso.**

Il commercio all'ingrosso è sostanzialmente liberalizzato, a differenza della precedente normativa la compresenza fra commercio al dettaglio e all'ingrosso non è più limitata, ma ai fini del calcolo della superficie di vendita si considera il complesso della superficie occupata dalle due tipologie di commercio.

**TITOLO III - VENDITA DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA**

Non vi era fino ad ora una normativa regionale di riferimento, il settore risulta in parte regolato da norme nazionali riguardanti l'editoria.

**Art. 22**

**Esercizio dell'attività**

Si definiscono alcune norme generali richiamando la disciplina nazionale di riferimento.

**Art. 23**

**Punti vendita non esclusivi**

I punti vendita non esclusivi sono previsti per molte attività per la loro apertura è sufficiente una SCIA e non più un'autorizzazione.

**Art. 24**

**Esenzione dall'autorizzazione**

Vengono riportate le forme di attività di vendita di giornali che non necessitano di autorizzazione, ma di semplice comunicazione al comune.

**Art. 25**

**Modalità di vendita della stampa**

Vengono indicate alcune norme specifiche per la vendita della stampa come, ad esempio, le norme per garantire la parità di trattamento tra le testate, la trasparenza del prezzo. L'articolo richiama il contenuto dell'Accordo nazionale di categoria.

**Art. 26**

**Diffusione gratuita della stampa**

Viene normata la distribuzione gratuita della stampa, prevedendo la sola comunicazione.

**TITOLO IV - COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**

**Capo I - Norme generali**

Il commercio su aree pubbliche presenta alcune peculiarità nelle modalità di autorizzazione che sono state conservate. Il testo è stato rivisto, rispetto alla normativa esistente, soprattutto per renderlo coerente a quanto previsto dalla direttiva Bolkestein sulle modalità di rilascio delle autorizzazioni, così come recepito nell'accordo stato regioni, per adeguare alcuni riferimenti normativi (eliminando i riferimenti alla normativa nazionale) e per rendere più scorrevole il testo.



*Art. 27*

*Definizioni e Tipologia delle autorizzazioni*

L'articolo contiene definizioni specifiche proprie del settore. Viene confermata la presenza di due tipologie di attività, quelle svolte presso mercati, tipologia A) e quella svolta in maniera itinerante tipologia b).

*Art. 28*

*Caratteristiche e articolazione merceologica delle manifestazioni*

L'articolo individua la possibilità, per i comuni di prevedere mercati specializzati o fiere promozionali aperte non solo agli operatori su aree pubbliche, ma anche ad altri soggetti, purché iscritti al Registro delle Imprese. E' stata invece eliminata la suddivisione fra mercati annuali e stagionali.

I Comuni possono individuare l'articolazione merceologica dei posteggi nell'ambito dei mercati, delle fiere con riferimento a categorie di prodotti indicati in un allegato al provvedimento.

*Art. 29*

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

L'articolo norma l'esercizio delle autorizzazioni di tipo A rilasciabili anche alle società di qualsiasi tipo.

Fra le novità è stata modificata la durata dell'autorizzazione che in conformità ai principi dell'Intesa della Conferenza Unificata di cui all'art. 70 del D.L.vo 59/2010, viene fissata in 12 anni. Possono essere individuate nella programmazione regionale tipologie di posteggi di durata minore, ma comunque non inferiore a 7 anni.

Vengono stabiliti limiti al numero di posteggi che un operatore può possedere all'interno di un mercato.

*Art. 30*

*Procedura di rilascio delle autorizzazioni di tipo A*

Le procedure per il rilascio delle autorizzazioni coincidono, in questo caso, con il rilascio delle concessioni di mercato. I criteri sono quelli concordati nell'accordo stato regioni: il criterio della maggiore professionalità dell'impresa acquisita nell'esercizio del commercio su aree pubbliche, in cui sono comprese: 1) l'anzianità dell'esercizio dell'impresa, comprovata dalla durata dell'iscrizione, quale impresa attiva, nel registro delle imprese, sommata a quella dell'eventuale dante causa. 2) l'anzianità acquisita nel posteggio al quale si riferisce la selezione.

*Art. 31*

*Esercizio dell'attività in forma itinerante (tipo B)*

Il rilascio delle autorizzazioni di tipo b) è soggetta alla sola SCIA (non più ad autorizzazione). L'articolo norma anche le modalità di esercizio del commercio in forma itinerante.

*R*



## **Capo II - Programmazione del commercio su aree pubbliche**

### **Art. 32**

#### ***Criteri generali***

Vengono date ai comuni alcune direttive per la programmazione del commercio su aree pubbliche con gli strumenti previsti dall'art. 12.

L'articolo individua le modalità per l'istituzione e lo spostamento di fiere e mercati, dopo aver espletato alcune operazioni di riordino, riqualificazione, ammodernamento dei mercati già esistenti.

### **Art. 33**

#### ***Istituzione di nuovi mercati e fiere***

L'articolo individua le modalità per l'istituzione e lo spostamento di fiere e mercati. L'articolo norma la soppressione o lo spostamento di mercati o fiere dovute a motivi economici o a cause di forza maggiore.

### **Art. 34**

#### ***Soppressione, riconversione e qualificazione dei mercati e delle fiere***

L'articolo norma la soppressione o lo spostamento di mercati o fiere dovute a motivi economici o a cause di forza maggiore. In tale evenienza l'assegnazione dei nuovi posteggi spetta, in primo luogo agli operatori già presenti nei mercati sulla base dei criteri previsti al precedente articolo 30, senza la procedura del bando.

## **Capo III – Norme per l'esercizio dell'attività**

### **Art. 35**

#### ***Concessioni temporanee di posteggio***

Vengono individuate le modalità di concessione di posteggio per le fiere e le altre manifestazioni temporanee.

### **Art. 36**

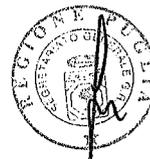
#### ***Assegnazione temporanea di posteggi***

L'articolo regola l'assegnazione temporanea dei posteggi non occupati (c.d. spunta) che è effettuata dal Comune tenendo conto della maggiore anzianità di presenza nel mercato e degli stessi criteri previsti dal precedente art.30.

### **Art. 37**

#### ***Esercizio del commercio su aree particolari***

Si regola l'esercizio del commercio su aree pubbliche su aree demaniali o private.



## **TITOLO V ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE**

Anche in questo caso si tratta di un settore che non aveva una normativa regionale di riferimento. La normativa regionale, molto semplice, chiarisce e semplifica alcune procedure per gli operatori.

### **Art. 38**

#### ***Tipologia degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande***

I pubblici esercizi sono raggruppati in un'unica tipologia di esercizio (mentre nella legge nazionale sono 4), come ormai previsto in tutte le altre normative regionali

### **Art. 39**

#### ***Apertura, ampliamento e trasferimento degli esercizi***

Sono riassunte le norme per l'apertura ed il trasferimento degli esercizi. L'autorizzazione sarà necessaria solo per alcune zone (previste dai comuni) per motivi per motivi storici artistici e ambientali o di interesse generale, negli altri casi si procede con SCIA

### **Art. 40**

#### ***Attività non soggette ad autorizzazione***

Si elencano altre attività sempre soggette a SCIA.

### **Art. 41**

#### ***Attività di somministrazione stagionale e temporanea***

Si norma la somministrazione temporanea ed in forma stagionale.

### **Art. 42**

#### ***Esercizio di attività accessorie***

Sono regolamentate le attività accessorie fra queste la presenza di piccoli intrattenimenti e apparecchi di diffusione del suono e delle immagini.

## **TITOLO VI - RETE DISTRIBUTIVA DEI CARBURANTI**

### ***Capo I - Disposizioni generali***

La rete distributiva dei carburanti è stata oggetto di una recente legge per cui poche sono le modifiche introdotte nella nuova normativa. L'articolo tiene conto sia delle disposizioni comunitarie intervenute, sia delle segnalazioni dell'Antitrust.

### **Art. 43**

#### ***Definizioni specifiche***

L'articolo introduce alcune definizioni specifiche riprendendo la normativa recentemente approvata.



**Art. 44**

***Esercizio delle funzioni da parte dei Comuni***

Il rilascio delle autorizzazioni per gli impianti di distribuzione è compito dei comuni che devono anche accertare l'idoneità tecnica degli impianti.

**Art. 45**

***Tipologie e attività commerciali integrative***

L'articolo individua le dotazioni minime degli impianti sia in termini di servizi "oil" prodotti venduti e presenza di self service, sia favorendo l'inserimento di attività "non oil" come bar, market ecc.

**Art. 46**

***Modifica e ristrutturazione degli impianti***

Definisce gli interventi che costituiscono modifica all'impianto.

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

Questo capo norma alcune tipologie di impianto che presentano modalità di autorizzazione particolari.

**Art. 47**

***Impianti autostradali***

Gli impianti sulla rete e raccordi autostradali sono autorizzati direttamente dalla regione.

**Art. 48**

***Impianti di distribuzione a uso privato e contenitori-distributori rimovibili***

Norma l'installazione di impianti di distribuzione a uso di imprese private.

**Art. 49**

***Impianti marini***

L'articolo prevede l'installazione di impianti destinati a rifornire i natanti e che non possono rifornire altre tipologie di mezzi.

**Art. 50**

***Autorizzazione al prelievo di carburanti***

Il rifornimento di carburanti direttamente sul luogo di lavoro è soggetto ad autorizzazione comunale.

**Art. 51**

***Impianti di pubblica utilità in aree svantaggiate***

È sempre possibile aprire impianti in aree svantaggiate ovvero mantenere in vita un impianto anche se incompatibile.



**Capo III – Collaudo, stato di conservazione, vigilanza e controllo**

**Art. 52**

**Collaudo**

L'inizio di attività o la ristrutturazione totale di un impianto sono soggetti a collaudo realizzato da parte di un'apposita commissione comunale, il cui esito deve essere trasmesso in regione.

**Art. 53**

**Impianto ed esercizio provvisorio**

Il comune può rilasciare un'autorizzazione all'esercizio provvisorio per massimo 180 giorni.

**Art. 54**

**Termine per ultimazione dei lavori**

L'attivazione dell'impianto (ovvero la richiesta di collaudo) deve avvenire entro due anni dall'autorizzazione

**Art. 55**

**Stato di conservazione degli impianti**

Il titolare deve garantire il buono stato di conservazione degli impianti.

**Art. 56**

**Vigilanza e controllo**

La vigilanza è affidata in primo luogo ai comuni e la regione può diffidare il comune ad adottare i previsti provvedimenti.

**TITOLO VII - FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO**

Si tratta di norme già previste dalla normativa sul commercio in sede fissa, mentre in realtà sono trasversali ai diversi settori. La principale innovazione è il passaggio da comunicazione a SCIA di tutte queste tipologie di attività, non richiedendo più i 30 giorni per iniziare l'attività.

**Art. 57**

**Spacci interni**

Gli spacci interni sono rivolti ai soli dipendenti o soci di imprese o associazioni.

**Art. 58**

**Apparecchi automatici**

Per l'installazione di apparecchi automatici è prevista la SCIA, in caso di più modifiche è possibile per il titolare fare una comunicazione unica semestrale.



**Art. 59**

***Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione***

Per la vendita per corrispondenza, per televisione e on line si fa in parte riferimento al codice del consumo.

**Art. 60**

***Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori***

Per le vendite a domicilio è necessario che il personale sia dotato di tesserino di riconoscimento.

**TITOLO VII- SANZIONI E NORME FINALI**

Anche le sanzioni e le sospensioni di attività e autorizzazione sono state oggetto di un'opera di integrazione.

**Art. 61**

***Sanzioni***

Le sanzioni pecuniarie sono uniformate per tutte le tipologie di attività, rimangono le sanzioni accessorie già previste per particolari attività

**Art. 62**

***Sospensione, decadenza e revoca delle autorizzazioni***

Anche le modalità di cessazione e revoca dell'attività sono state integrate fra le diverse tipologie di attività.

**Art. 63**

***Abrogazioni e disapplicazioni***

Vengono elencate le norme nazionali disapplicate e quelle regionali abrogate.

**Art. 64**

***Disposizioni transitorie e finali.***

I regolamenti vigenti rimangono comunque in vigore per assicurare la continuità operativa.



## TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI

### Capo I - Principi generali

#### Art. 1

#### Oggetto della legge

- 1) Con la presente legge e con i provvedimenti a essa collegati, la Regione Puglia disciplina l'esercizio dell'attività commerciale, in tutte le sue forme.
- 2) Ai fini della presente legge costituiscono attività commerciale:
  - a) il commercio al dettaglio e all'ingrosso in sede fissa;
  - b) la vendita della stampa quotidiana e periodica;
  - c) il commercio su aree pubbliche;
  - d) la somministrazione di alimenti e bevande;
  - e) la distribuzione dei carburanti;
  - f) le forme speciali di commercio al dettaglio.
- 3) La presente legge non si applica:
  - a) ai **farmacisti** e ai direttori di farmacie delle quali i comuni assumono l'impianto e l'esercizio ai sensi della *legge 2 aprile 1968, n. 475 e successive modificazioni, e della legge 8 novembre 1991, n. 362 e ss. mm.*, qualora vendano esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;
  - b) ai titolari di **rivendite di generi di monopolio** qualora vendano esclusivamente generi di monopolio di cui alla *legge 22 dicembre 1957, n. 1293 e ss. mm.*, e al relativo *regolamento di esecuzione, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074, e ss. mm.*;
  - c) ai **produttori agricoli**, singoli o associati, i quali esercitano attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del codice civile, nei limiti di cui *all'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228*; fatto salvo quanto previsto dall'articolo 4 del d. lgs. 228/2001;
  - d) **agli artigiani** iscritti nell'albo di cui alla *Legge Regionale n. 24 del 5 agosto 2013 "Norme per lo sviluppo, la promozione e la tutela dell'artigianato pugliese"*, per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio;
  - e) ai **pescatori e ai cacciatori**, singoli o associati, che vendano al dettaglio, i prodotti provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività e a coloro che esercitano la vendita dei prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti ad usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fungatico e di diritti similari;
  - f) alle attività disciplinate dalla legge regionale *13 dicembre 2013, n. 42 "Disciplina dell'agriturismo"* e dalla legge regionale del 7 agosto 2013, n. 27, *"Disciplina dell'attività ricettiva di Bed and Breakfast (B&B)"*;
  - g) alle attività disciplinate dal decreto del Presidente della Repubblica 4 aprile 2001, n. 235 *"Regolamento recante semplificazione del procedimento per il rilascio dell'autorizzazione alla somministrazione di alimenti e bevande da parte di circoli privati"*;
  - h) alle attività di somministrazione svolte in forma occasionale e completamente gratuite.



- i) a chi venda o esponga per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica o informativa, realizzate anche mediante supporto informatico;
- j) alla vendita dei beni del fallimento effettuata ai sensi dell'articolo 106 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267, e ss. mm.;
- k) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o enti territoriali che vendano pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto informatico, di propria o altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività;
- l) alla vendita effettuata a favore degli spettatori nei cinema, teatri e altri luoghi di pubblico spettacolo, durante le rappresentazioni.

**Art. 2**

**Finalità**

- 1) La presente legge, nel rispetto della normativa comunitaria e delle disposizioni legislative dello Stato in materia di tutela della concorrenza, persegue le seguenti finalità:
  - a) la **tutela dei consumatori**, in riferimento a quanto previsto dal decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, "Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229", legge regionale 15 maggio 2006, n. 12 "Norme per l'attuazione delle politiche in favore dei consumatori e degli utenti" ed in particolare promuovendo:
    - i) la tutela della salute;
    - ii) la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi;
    - iii) una adeguata informazione e una corretta pubblicità;
    - iv) l'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà;
    - v) l'educazione al consumo;
    - vi) la correttezza, trasparenza ed equità nei rapporti contrattuali concernenti beni e servizi;
    - vii) la possibilità di usufruire di una rete distributiva articolata per tipologia e modalità di approvvigionamento;
  - b) la **trasparenza del mercato**, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
  - c) lo sviluppo della capacità di servizio della **rete distributiva** secondo criteri di efficienza e modernizzazione, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
  - d) tener conto delle **esigenze imperative di interesse generale**, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l'ordinamento comunitario con particolare riferimento alla corretta articolazione del servizio sul territorio ed al contenimento della libertà di iniziativa economica privata con l'utilità sociale della stessa ex art. 41 della Costituzione;
  - e) l'**equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali** in rapporto con l'**uso del suolo e delle risorse territoriali**, in raccordo con le disposizioni della legge regionale 31 maggio 1980, n. 56 "Tutela ed uso del territorio" e della legge regionale 27 luglio 2001, n. 20 "Norme generali di governo e uso del territorio" e più in generale alla mitigazione degli impatti ambientali e sociali;
  - f) il concorso alla valorizzazione delle **produzioni tipiche pugliesi**, dell'artigianato anche nelle sue diverse espressioni territoriali, tradizionali produttive e artistiche, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale;
  - g) il **mantenimento e la valorizzazione della funzione commerciale**, sulla base delle specificità dei diversi territori, con riferimento ai centri storici e alle aree urbane; alle aree periferiche e di nuova urbanizzazione; alle aree rurali e ai comuni con minore dotazione di servizio;


- h) **la qualificazione e l'aggiornamento** delle imprese che vendono al dettaglio e somministrano alimenti e bevande, con particolare riguardo ai titolari d'impresa commerciale al dettaglio e dei lavoratori del settore;
- i) **la creazione di un sistema di monitoraggio** riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva regionale, attraverso il coordinamento operativo tra Regione, comuni e Camere di commercio per la gestione dei flussi informativi;
- j) **la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi**, anche attraverso un sistema decisionale coordinato tra regione e comuni;
- k) **l'articolazione del servizio sul territorio** al fine di minimizzare gli spostamenti generati dalla funzione commerciale con particolare riguardo agli effetti delle strutture commerciali sulla rete stradale e sull'uso di mezzi di trasporto pubblici e privati;
- l) **la salvaguardia e lo sviluppo qualificato dei livelli occupazionali** nel rispetto dei CCNL e della contrattazione territoriale;
- m) favorire iniziative che presentino una particolare valenza di riqualificazione del territorio, di innovazione della rete distributiva, di sviluppo dei livelli occupazionali, di recupero di aree dismesse o degradate e/o siano oggetto di accordi territoriali che vedano il coinvolgimento della regione e degli enti locali;
- n) favorire l'ammodernamento della **rete di distributiva dei carburanti** garantendo una sufficiente articolazione del servizio, incrementando anche qualitativamente i servizi resi all'utenza e promuovendo la diffusione dei carburanti eco-compatibili.

**Art. 3**

*Articolazione dell'intervento regionale*

- 1) La regione provvede all'attuazione della presente legge con uno o più provvedimenti attuativi che definiscono:
  - a) i requisiti e le procedure per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita;
  - b) gli obiettivi di presenza e di sviluppo per le grandi strutture di vendita;
  - c) le modalità di verifica dell'influenza sovracomunale delle previsioni relative a grandi strutture di interesse locale, medie strutture di vendita di tipo M3 e, limitatamente ai comuni con popolazione inferiore ai 10 mila abitanti, di tipo M2;
  - d) le modalità di organizzazione, la durata e le materie delle attività di qualificazione e di aggiornamento professionale necessarie per l'esercizio dell'attività;
  - e) le modalità di effettuazione delle vendite straordinarie;
  - f) le modalità per l'organizzazione e il funzionamento dell'Osservatorio regionale;
  - g) le modalità di autorizzazione e finanziamento dei centri di assistenza tecnica (CAT);
  - h) i documenti regionali di indirizzo e programmazione di cui al capo III, Titolo I, della presente legge;
  - i) i requisiti e le procedure per l'installazione e l'esercizio degli impianti di distribuzione dei carburanti sulla rete stradale ordinaria ed autostradale;
  - j) i criteri e le procedure per la concessione dei posteggi su aree pubbliche incluse le modalità attraverso le quali, anche avvalendosi della collaborazione gratuita delle associazioni previste al comma 3, i Comuni verificano la sussistenza della regolarità contributiva e fiscale.
- 2) I provvedimenti di cui al comma 1 sono adottati dalla Giunta regionale a seguito di parere obbligatorio delle rappresentanze degli enti locali e previa consultazione della Consulta regionale consumatori e utenti (CRCU), delle associazioni delle imprese del commercio maggiormente rappresentative a livello regionale e delle organizzazioni sindacali dei lavoratori.





- 3) Si intendono associazioni delle imprese e organizzazioni dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello regionale quelle che sottoscrivono il contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL) di settore.
- 4) E' vietata la partecipazione diretta o indiretta alla decisione, anche in seno a organi consultivi, di operatori concorrenti ai fini del rilascio dei titoli autorizzatori o dell'adozione di altri provvedimenti rilevanti per l'esercizio dell'attività di servizi. Tale divieto non riguarda la consultazione di organismi quali le Camere di commercio o le parti sociali su questioni diverse dalle singole domande di autorizzazione né la consultazione del grande pubblico.
- 5) Con le stesse procedure e nei termini di cui ai precedenti commi, la Giunta regionale provvede ad adottare, di concerto con le Camere di commercio e sentito l'Osservatorio del commercio, le disposizioni necessarie affinché per le comunicazioni, segnalazioni certificate di inizio attività e le autorizzazioni di cui alla presente legge, venga utilizzata una modulistica univoca.

**Art. 4**  
**Definizioni generali**

- 1) Ai fini della presente legge si intendono:
  - a) **per 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;
  - b) **per commercio al dettaglio**, l'attività svolta da chiunque professionalmente vende prodotti direttamente al consumatore finale operando su aree private o pubbliche, in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione;
  - c) **per impresa commerciale al dettaglio**: l'impresa che acquista e rivende o somministra merci in nome e per conto proprio direttamente al consumatore finale;
  - d) **per settori merceologici**: il settore alimentare (che consente anche la vendita di prodotti non alimentari) e il settore non alimentare (che comprende la vendita dei soli prodotti non alimentari);
  - e) **per superficie di vendita di un esercizio commerciale**, la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita. Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici, gli spazi collocati davanti alle casse e ad altri servizi nei quali non è previsto l'ingresso dei clienti;
  - f) **per superficie di somministrazione**: l'area attrezzata per il consumo di alimenti o bevande, compresa l'area occupata da banchi, mobili e altre attrezzature allestite per il servizio al cliente. Non costituisce superficie di somministrazione l'area destinata a cucina, depositi, servizi igienici, uffici e simili;
  - g) **per superficie di vendita di un centro commerciale e di una area commerciale integrata**, quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in essi presenti;
  - h) **per SCIA**, la segnalazione certificata di inizio attività, come prevista dalla *Legge 7/8/1990 n. 241 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi e successive modificazioni)*;
  - i) **per SUAP lo sportello unico delle attività produttive** di cui al DPR 160/2010 (*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*), soggetto pubblico di



riferimento territoriale per tutti i procedimenti che abbiano ad oggetto azioni di localizzazione, realizzazione, trasformazione, ristrutturazione o riconversione, ampliamento o trasferimento, nonché cessazione o riattivazione delle attività previste dalla presente legge;

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

#### Art. 5

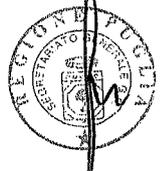
##### *Requisiti di accesso ed esercizio dell'attività*

- 1) I requisiti di accesso e di esercizio delle attività commerciali sono definiti dall'art. 71 del Decreto legislativo 26/3/2010 n. 59 e ss.mm.
- 2) La vendita di pastigliaggi negli esercizi commerciali al dettaglio è consentita anche senza il possesso dei requisiti di cui al comma 6 dell'art. 71 del D.lgs 59/2010.

#### Art. 6

##### *Subentro nella gestione*

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



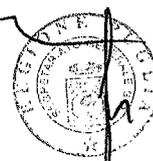
- 4) Per il trasferimento della titolarità di un impianto di **distribuzione di carburante**, le parti, congiuntamente, entro quindici giorni dall'atto di cessione dello stesso, ne danno comunicazione al SUAP, alla Regione e all'Ufficio delle Dogane. Il SUAP: verifica gli atti comprovanti per legge il trasferimento della titolarità dell'impianto; accerta i requisiti soggettivi del subentrante; prende atto del trasferimento entro i trenta giorni dandone comunicazione a tutti gli enti e uffici interessati al procedimento amministrativo.
- 5) In caso di subentro in attività di **commercio su aree pubbliche** i titoli di priorità acquisiti dal cedente si trasferiscono al cessionario compresa l'anzianità di iscrizione quale impresa attiva nel registro delle imprese. La disposizione si applica anche al conferimento in società.
- 6) Per le autorizzazioni di **tipo A**, come definite al successivo art. 30, non è ammessa la cessione dell'attività relativamente a uno o alcuni soltanto dei giorni per i quali è autorizzato l'uso del posteggio. In caso di cambiamento di residenza, il titolare ne dà comunicazione entro trenta giorni al Comune sede di posteggio, che provvede alle necessarie annotazioni ivi compresa l'anzianità di frequenza in un mercato o in una fiera.

## Capo II - Norme generali sulla vendita

### Art. 7

#### Publicità dei prezzi.

- 1) I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, devono indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo.
- 2) Il prezzo dei gioielli, degli oggetti d'arte e di antiquariato e degli altri prodotti di notevole valore economico può essere esposto anche solo all'interno dell'esercizio.
- 3) Quando sono esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.
- 4) Restano salve le disposizioni vigenti circa l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita al dettaglio per unità di misura.
- 5) Per i **prodotti destinati alla somministrazione**, l'obbligo di esposizione dei prezzi è assolto, anche per categorie omogenee di prodotti:
  - a) per tutte le attività di somministrazione mediante esposizione, all'interno dell'esercizio, di apposita tabella;
  - b) per le attività di ristorazione si aggiunge l'obbligo di esposizione della tabella anche all'esterno dell'esercizio o comunque leggibile dall'esterno,
  - c) inoltre nelle attività con servizio al tavolo il listino dei prezzi deve essere posto a disposizione dei clienti prima dell'ordinazione e deve indicare l'eventuale componente del servizio.
- 6) Le modalità prescelte debbono essere tali da rendere il prezzo chiaramente e facilmente comprensibile al pubblico, anche per quanto concerne eventuali aggiunte attribuibili al servizio.
- 7) Le disposizioni di cui al comma 5 non si applicano ai circoli di cui al DPR n. 235/2001, nonché alle altre attività di cui all'art. 41, comma 2, della presente legge.
- 8) I prezzi dei **prodotti petroliferi per uso di autotrazione**, esposti e pubblicizzati presso gli impianti di distribuzione dei carburanti, devono essere esclusivamente quelli



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

*Art. 8*

*Vendite straordinarie.*

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

*Art. 9*

*Orari di apertura e di chiusura.*

- 1) Gli orari di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio sono rimessi alla libera determinazione degli esercenti nel rispetto delle disposizioni del presente articolo e dei criteri emanati dai Comuni, sentite le associazioni e organizzazioni di cui all'art. 3 della presente legge.
- 2) Il comune, in accordo con le associazioni e organizzazioni di cui all'art. 3, definisce anche attraverso provvedimenti organici:
  - a) le modalità per **garantire il servizio minimo** in caso di più festività consecutive e di periodi di ferie, con particolare riferimento ai punti vendita alimentari, ai pubblici esercizi, agli impianti di distribuzione di carburanti e alle rivendite di giornali e riviste;
  - b) per gli impianti di distribuzione carburanti per uso di autotrazione sulla rete stradale ordinaria l'orario minimo settimanale di apertura degli impianti stradali è di cinquantadue ore. Tutti gli impianti devono comunque rimanere aperti nella fascia antimeridiana dalle ore 8.00 alle ore 12.00 e nella fascia pomeridiana dalle ore 16.00 alle ore 19.00;



- c) l'eventuale monte ore minimo giornaliero per i **pubblici esercizi**;
  - d) gli **orari per l'esercizio del commercio su aree pubbliche**, tenendo conto delle caratteristiche delle diverse manifestazioni (fiere e mercati), delle esigenze di approvvigionamento, della presenza di attività di somministrazione, nonché della opportunità di evitare la sovrapposizione fra le manifestazioni e la vendita itinerante;
  - e) le zone del comune e/o le fasce orarie in cui è limitata l'apertura di esercizi commerciali e l'esercizio di attività su aree pubbliche o di pubblici esercizi per motivi di ordine pubblico, di sicurezza, igienico sanitari, di compatibilità acustica o altre motivazioni di interesse generale.
- 3) Gli esercenti devono rendere noto al pubblico, anche durante il periodo di chiusura, l'orario di effettiva apertura o chiusura mediante cartelli o altri mezzi idonei di informazione.
  - 4) La regione e i comuni promuovono accordi volontari fra operatori volti a garantire che gli orari delle attività commerciali concorrano al rispetto e all'attuazione delle disposizioni di cui ai *Capitoli I e VII della legge 8 marzo 2000 n. 53 (disposizioni per il sostegno della maternità e della paternità, per il diritto alla cura e alla formazione e per il coordinamento dei tempi della città) e dell'articolo 50, comma 7 del d.l. 267/2000.*
  - 5) Le disposizioni di cui ai commi precedenti non si applicano ai circoli di cui al DPR n. 235/2001 nonché delle altre attività di cui all'art. 41, comma 2, della presente legge.

**Art. 10**  
*Gestione di reparto*

- 1) Il titolare di un esercizio commerciale o di un pubblico esercizio organizzato in più reparti, fermo restando l'applicazione del contratto nazionale di lavoro e il rispetto delle norme vigenti in materia, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di vendita può affidare uno o più reparti, perché lo gestisca in proprio per il periodo di tempo convenuto, a un soggetto in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 della presente legge, dandone comunicazione al SUAP competente.
- 2) Qualora non abbia provveduto a tali comunicazioni, il titolare risponde dell'attività del soggetto stesso. Questi, a sua volta, deve dare comunicazione al SUAP. La fattispecie non costituisce caso di sub-ingresso.

**Capo III - Programmazione della rete distributiva**

**Art. 11**  
*Contenuti dei documenti regionali di indirizzo e programmazione*

- 1) Gli indirizzi di programmazione della rete distributiva e gli interventi volti alla qualificazione e allo sviluppo del commercio sono redatti, in conformità di quanto stabilito dall'articolo 41 della Costituzione, dei principi della legge 10 ottobre 1990, n. 287, "Norme per la tutela della concorrenza e del mercato", e del Decreto Legislativo 26 marzo 2010 n. 59 "Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno".
- 2) In attuazione delle finalità di cui all'art. 2 della presente legge, la regione definisce, attraverso appositi provvedimenti approvati con le modalità di cui all'art. 3, direttive ed indicazioni ai comuni per la redazione degli strumenti comunali di programmazione ed incentivazione delle diverse tipologie di attività commerciali. Tali provvedimenti definiscono:



- a) i criteri di autorizzazione delle attività che, per motivi imperativi di interesse generale, per scarsità di risorse naturali o delle capacità tecniche, possono avere una limitazione numerica, ivi comprese le medie e le grandi strutture di vendita, identificando:
    - i. le attività assoggettabili ad autorizzazione,
    - ii. i requisiti e le procedure per l'insediamento e il trasferimento di tali attività anche con riferimento alle diverse zone del territorio,
    - iii. la definizione dei processi autorizzativi e delle eventuali modalità di partecipazione della regione,
    - iv. durata e modalità di aggiornamento degli strumenti di programmazione.
  - b) misure di incentivo e promozione alle attività commerciali, di formazione degli operatori e di promozione della collaborazione fra operatori e enti locali.
- 3) In ogni caso, resta ferma la finalità di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale e sono vietati criteri legati alla verifica di natura economica o fondati sulla prova dell'esistenza di un bisogno economico o sulla prova di una domanda di mercato, quali entità delle vendite e presenza di altri esercizi.

#### Art. 12

##### *Strumenti comunali di programmazione e incentivazione*

- 1) I comuni per l'esercizio delle funzioni di loro competenza, consultate le organizzazioni di cui all'art. 3 della presente legge, si dotano, attraverso un atto unico o con più provvedimenti fra loro coordinati, del documento strategico del commercio e delle norme previste dal presente articolo.
- 2) **Il Documento strategico del commercio**, deve avere i seguenti contenuti minimi:
- a) un'analisi dello stato del commercio costituita almeno da:
    - i. una quantificazione del fenomeno commerciale comprendente: gli esercizi di vicinato, suddivisi per settore merceologico, la localizzazione e classificazione di ciascuna media e grande struttura esistente, la consistenza dei mercati, dei posteggi isolati e delle fiere con relative date e aree di svolgimento, la dotazione di pubblici esercizi, di rivendite di giornali e riviste e dei distributori di carburante;
    - ii. la mappatura delle possibilità di insediamento di strutture commerciali e dei distributori di carburante, delle relative condizioni normative e requisiti di insediamento previste dagli strumenti urbanistici vigenti;
  - b) una valutazione dei problemi del commercio, con riferimento alle diverse zone del comune ed alle diverse tipologie di attività, e dell'adeguatezza delle previsioni di insediamento di medie e grandi strutture di vendita;
  - c) l'individuazione delle eventuali aree da sottoporre a misure di incentivo di cui all'art. 13 della presente legge;
  - d) le linee di intervento per la soluzione delle criticità individuate.
- 3) Il documento strategico del commercio deve essere inviato alla Regione e costituisce elemento di valutazione necessario per la Conferenza dei servizi per il rilascio dell'autorizzazione per grandi strutture di vendita. In assenza di tale provvedimento la Regione valuta l'autorizzazione sulla base delle finalità di cui all'art. 2 e delle norme generali contenute nella presente legge e nei provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge.



4) Il comune definisce:

- a) **I criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita** e le strutture di interesse locale, i parametri per la graduazione e le modalità attuative delle aree urbanisticamente idonee per l'insediamento di medie strutture di vendita e delle strutture di interesse locale. Le previsioni sono articolate secondo i settori merceologici, le tipologie dimensionali e le modalità insediative previste dalla presente legge.
- b) **Gli strumenti di promozione e sviluppo del commercio** definiti nell'art. 13 della presente legge.
- c) Le direttive e gli indirizzi per l'insediamento ed il funzionamento delle **attività di somministrazione di alimenti e bevande, di rivendite giornali e riviste e di distributori di carburante.**
- d) **I parametri di sviluppo del commercio su aree pubbliche** costituiti da:
  - i. le determinazioni in materia di fiere e mercati che comprendono: la creazione di nuove fiere e mercati, il loro trasferimento, modifica e razionalizzazione; il numero e le dimensioni dei posteggi;
  - ii. le eventuali determinazioni di carattere merceologico;
  - iii. la definizione di eventuali priorità integrative nelle assegnazioni dei posteggi;
  - iv. la definizione di disposizioni a favore di consorzi di operatori; compresa la possibilità di affidare ad associazioni di categoria e a loro consorzi, nonché a società ed enti ad essi collegati o da loro controllati, mediante apposita convenzione, la gestione dei servizi connessi alle aree mercatali e alle fiere, assicurando il controllo sui livelli del servizio erogato.
  - v. le determinazioni in materia di posteggi per operatori appartenenti a categorie particolari di cui all'articolo 30, comma 8, della presente legge e produttori agricoli di cui alla legge 59/1963;
  - vi. le determinazioni in materia di commercio in forma itinerante compresa l'individuazione di aree aventi valore archeologico, artistico e ambientale nelle quali l'esercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari;
  - vii. la determinazione delle giornate di svolgimento delle fiere e dei mercati con riferimento alla loro eventuale stagionalità, agli orari di vendita, alle eventuali sospensioni nelle giornate festive e dei mercati straordinari;
  - viii. le determinazioni per il pagamento dei canoni per l'occupazione di aree pubbliche nonché eventuali agevolazioni ed esenzioni in materia di tributi ed entrate.
- e) **I Comuni emanano inoltre regolamenti per le fiere e i mercati** contenenti:
  - i. la cartografia dei posteggi con l'indicazione del loro numero progressivo e dell'eventuale destinazione merceologica;
  - ii. le modalità di accesso degli operatori al mercato o fiera e la regolazione della circolazione pedonale e veicolare;
  - iii. le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati;
  - iv. le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi nelle fiere agli aventi diritto;
  - v. le modalità e i divieti da osservarsi nell'esercizio dell'attività di vendita;



- vi. le norme atte a promuovere una maggiore informazione e tutela dei consumatori.
- f) Per mercati con oltre cinquanta posteggi e le fiere oltre cento posteggi è obbligatorio:
  - i. l'acquisizione del parere vincolante della regione per le decisioni di cui alla lettera a) del comma 7;
  - ii. l'approvazione del regolamento di cui alla precedente d).

#### Capo IV - Strumenti di promozione del commercio

##### Art. 13

##### *Sviluppo e promozione del commercio*

- 1) All'interno del documento Strategico di cui al comma 2 del precedente art. 12 i comuni individuano, anche facendo riferimento alla delimitazione degli strumenti urbanistici comunali, le zone del territorio da sottoporre a misure di incentivo e di sostegno al commercio.
- 2) Sono **soggetti interessati** tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, compresi gli esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande, gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valore storico e tradizionale, operanti all'interno delle aree individuate dal Comune.
- 3) In relazione alle problematiche rilevate il comune può:
  - a) promuovere la creazione di **distretti urbani del commercio**;
  - b) attivare **progetti di valorizzazione commerciale**;
  - c) individuare **strumenti di promozione di servizi di prossimità**.
- 4) I **distretti urbani del commercio** prevedono accordi fra Amministrazione comunale, associazioni di operatori, associazioni di categoria maggiormente rappresentative ed altri soggetti interessati, volti a sviluppare una gestione coordinata delle aree commerciali in grado di sviluppare sinergie con attività paracommerciali ed extracommerciali nonché con altre funzioni urbane di natura pubblica e privata.
- 5) I **progetti di valorizzazione commerciale** sono elaborati d'iniziativa del Comune in accordo con i soggetti pubblici, i privati interessati, le associazioni del commercio maggiormente rappresentative anche in sede locale, le organizzazioni dei consumatori e sindacali.
- 6) Nell'elaborazione del progetto di valorizzazione commerciale il Comune esamina le politiche pubbliche riferite all'area, la progettualità privata e l'efficacia degli strumenti normativi e finanziari in atto, al fine del rilancio e qualificazione dell'area stessa e dell'insieme di attività economiche in essa presenti.
- 7) Il progetto di valorizzazione commerciale, può prevedere:
  - I. il divieto di vendita di particolari merceologie o settori merceologici;
  - II. interventi in materia merceologica e qualitativa, anche prevedendo incentivi a marchi di qualità o di produzione regionale;
  - III. interventi in materia di orari d'apertura, vendite straordinarie e di occupazione di suolo pubblico;
  - IV. disposizioni particolari a tutela del patrimonio storico, artistico o ambientale;
  - V. misure di agevolazione tributaria e sostegno finanziario;
  - VI. la realizzazione di opere infrastrutturali, di arredo urbano o di riorganizzazione della logistica urbana;
  - VII. l'attivazione o la modifica di servizi urbani;

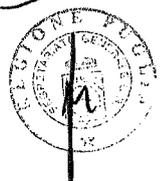


- VIII. il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività o il potenziamento di quelle esistenti anche attraverso l'insediamento di medie strutture di vendita;
  - IX. l'attuazione di azioni di promozione dell'area;
  - X. l'individuazione di una struttura per la gestione coordinata degli interventi sul territorio.
- 8) Il Comune, sulla base del progetto, può inoltre:
- a) incentivare la qualificazione delle attività economiche esistenti o il loro addensamento anche attraverso: l'utilizzo della fiscalità locale, la monetizzazione o ridefinizione dei requisiti urbanistici, facilitando, anche attraverso apposite disposizioni urbanistiche o regolamentari, l'utilizzazione commerciale dei locali degli edifici esistenti, anche dal punto di vista dei requisiti igienico-edilizi;
  - b) vietare i cambi di destinazione d'uso da attività commerciale, artigianale o pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione delle attività.
- 9) Nelle aree a rischio di degrado e desertificazione commerciale i comuni possono dotarsi di **strumenti di promozione di servizi di prossimità**, comprendenti la realizzazione di centri polifunzionali di servizio.
- 10) I centri polifunzionali possono prevedere la presenza in unica struttura, o complesso unitario comunque rientrante entro i limiti delle medie strutture di tipo M1, come definite dal successivo articolo 16, di:
- i) attività di vendita di prodotti vari con valorizzazione delle produzioni agroalimentari e artigianali pugliesi;
  - ii) servizi per la promozione del territorio;
- b) attività di pubblico esercizio, di vendita di giornali, di servizi di informazione e telecomunicazione, compresi servizi pubblici e di interesse pubblico da affidare in convenzione.
- 11) I comuni possono prevedere provvidenze per lo sviluppo dei servizi di prossimità e dei centri polifunzionali sotto forma di: semplificazioni, esenzione da tributi e contributi alle attività e provvedono a comunicarne la creazione alla regione per l'eventuale erogazione di contributi regionali.
- 12) Nell'ambito dei provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge, la regione definisce gli adempimenti necessari all'applicazione del presente articolo e le modalità di finanziamento degli interventi.
- 13) La Regione coordina gli interventi di cui al presente articolo con quelli previsti da altre leggi regionali che possono applicarsi ai medesimi progetti al fine di assicurare le sinergie fra i diversi canali di finanziamento.

*Art. 14*

*Osservatorio regionale del commercio.*

- 1) È istituito l'Osservatorio regionale del commercio.
- 2) L'Osservatorio regionale opera al fine di garantire la realizzazione del sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva.
- 3) L'Osservatorio regionale persegue le seguenti finalità:
  - a) realizzare un sistema informativo della rete distributiva con la collaborazione dei comuni, per l'utilizzazione dei dati contenuti nella modulistica relativa alle comunicazioni, alle autorizzazioni e alle denunce all'Ufficio del registro delle imprese;
  - b) valutare l'andamento delle problematiche della distribuzione commerciale nella Regione, con particolare riguardo ai processi di trasformazione e d'innovazione in atto;

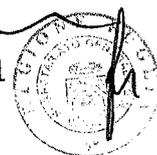


- c) fornire le basi conoscitive per la programmazione regionale nel settore del commercio;
  - d) valutare il grado di attuazione e l'efficacia degli interventi regionali in materia di commercio;
  - e) promuovere l'acquisizione, l'elaborazione e la diffusione delle statistiche per una migliore conoscenza del settore della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alla struttura dell'offerta, alla diffusione delle forme associative e alla consistenza e articolazione delle associazioni di categoria;
  - f) diffondere l'informazione sui programmi comunitari e nazionali che contemplano il coinvolgimento di imprese commerciali o loro forme consortili.
- 4) Il sistema informativo regionale del commercio è finalizzato alla valutazione della consistenza e della evoluzione delle caratteristiche strutturali della rete distributiva al dettaglio, alla comparazione del fenomeno distributivo tra le varie parti del territorio e con la rete distributiva nazionale.
- 5) In particolare l'osservatorio monitora:
- a) il commercio in sede fissa e le rivendite di giornali e riviste;
  - b) il commercio su aree pubbliche;
  - c) i pubblici esercizi;
  - d) la rete distributiva dei carburanti.
- 6) Le modalità per l'organizzazione e il funzionamento dell'Osservatorio regionale, nonché le procedure, i criteri e le modalità di partecipazione dei rappresentanti degli enti locali, delle autonomie funzionali, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti, sono stabilite con apposito provvedimento attuativo. La partecipazione all'Osservatorio avviene a titolo gratuito.
- 7) I comuni sono tenuti a fornire all'Assessorato regionale competente, entro il 30 marzo di ogni anno, la situazione dell'offerta commerciale del Comune al 31 dicembre dell'anno precedente sulla base delle procedure anche telematiche definite dalla Regione, nonché gli strumenti di programmazione approvati dai comuni.
- 8) I titolari delle autorizzazioni di distribuzione di carburante, i gestori, i Comandi provinciali VVF, l'Ente Nazionale per le Strade (ANAS), le Province e gli Uffici delle Dogane trasmettono alla Regione i dati relativi alle principali informazioni sulla rete distributiva dei carburanti.
- 9) L'Osservatorio regionale cura la raccolta e l'aggiornamento di tali dati promuovendo indagini, studi e ricerche per realizzare strumenti d'informazione periodica destinati agli operatori, alle organizzazioni sindacali e professionali, agli istituti di ricerca e alle istituzioni pubbliche.

**Art. 15**

*Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali.*

- 1) La Regione favorisce le iniziative volte a promuovere nelle imprese della distribuzione, e in particolare nelle piccole e medie imprese, la diffusione di strumenti, metodologie e sistemi finalizzati a sviluppare i processi di ammodernamento della rete distributiva, migliorando i sistemi aziendali anche attraverso l'ottenimento di certificazioni di qualità e l'incremento del livello tecnologico. La regione persegue inoltre la semplificazione del rapporto tra amministrazioni pubbliche e imprese.
- 2) A tali fini possono essere istituiti centri di assistenza alle imprese (CAT) costituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore commercio a livello provinciale purché aventi sede legale nel territorio regionale. L'istituzione può essere richiesta, anche con riferimento a un'unica provincia, da associazioni che siano presenti nel relativo Consiglio camerale con propri consiglieri in rappresentanza del commercio. La presenza deve risultare dal decreto di assegnazione di



cui alla legge 580/93 per i rappresentanti del settore commercio o che rappresentino almeno il 10 per cento della consistenza delle imprese commerciali risultanti attive nei dati di Unioncamere dell'ultimo anno disponibile.

- 3) I centri svolgono, a favore delle imprese, attività di assistenza tecnica e di formazione e aggiornamento in materia di innovazione tecnologica e organizzativa, gestione economica e finanziaria di impresa, accesso ai finanziamenti anche comunitari, sicurezza e tutela dei consumatori, tutela dell'ambiente, igiene e sicurezza sul lavoro e altre materie eventualmente previste dallo statuto, nonché attività finalizzate alla certificazione di qualità degli esercizi commerciali.
- 4) Le amministrazioni pubbliche possono avvalersi, tramite apposite convenzioni, dei CAT autorizzati dalla Regione allo scopo di facilitare il rapporto con le imprese utenti.
- 5) Attraverso i provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge sono definiti:
  - a) i requisiti affinché centri istituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria del commercio e dalle Camere di commercio possano essere autorizzati a svolgere attività di assistenza tecnica;
  - b) le modalità di autorizzazione regionale ai centri le cui attività di assistenza tecnica devono essere svolte a favore di tutti gli operatori commerciali che ne facciano richiesta;
  - c) l'individuazione delle attività di assistenza tecnica considerate prioritarie in relazione alle esigenze delle piccole e medie imprese commerciali;
  - d) ogni altra disposizione necessaria alla sollecita istituzione e funzionamento dei centri di assistenza tecnica;
  - e) le modalità con le quali la Regione opera il controllo sui dati di cui al comma 2 e i requisiti minimi delle sedi dei centri di assistenza tecnica.



## TITOLO II - COMMERCIO IN SEDE FISSA

### Art. 16

#### *Classificazione delle strutture commerciali.*

- 1) Il presente articolo definisce la classificazione delle strutture commerciali in sede fissa. Nell'ambito dei provvedimenti attuativi di cui all'art. 3 della presente legge, possono essere determinate specificazioni alle classificazioni, alla loro applicazione nonché fissati i limiti massimi di superficie di vendita articolandoli per le diverse classificazioni merceologiche anche in funzione di specifici obiettivi di sviluppo.
- 2) La programmazione della rete di vendita viene effettuata sulla base della suddivisione dei settori merceologici alimentare e non alimentare.
- 3) Ai fini della definizione dell'impatto urbanistico e dei relativi standard il settore non alimentare viene suddiviso in:
  - a) **beni per la persona:** comprendente i prodotti non alimentari dei settori: commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati;
  - b) **altri beni a basso impatto urbanistico:** comprendente i prodotti non alimentari dei settori: commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri, commercio di altri autoveicoli, commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli, commercio al dettaglio di ferramenta, vernici, vetro piano e materiale elettrico e termo idraulico, limitatamente ai prodotti e materiali termoidraulici, commercio al dettaglio di articoli igienico-sanitari, commercio al dettaglio di materiali da costruzione, ceramiche e piastrelle, commercio al dettaglio di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura, macchine e attrezzature per il giardinaggio, commercio al dettaglio di natanti e accessori;
  - c) **altri beni:** comprendente tutti i settori non alimentari non inclusi nelle precedenti lettere a) e b).
- 4) Nel caso in cui siano commercializzati solo i prodotti del settore beni a basso impatto urbanistico, la superficie di vendita dell'esercizio è calcolata nella misura di 1/10 della superficie di vendita come definita all'art. 4 della presente legge;
- 5) Le tipologie dimensionali degli esercizi commerciali sono le seguenti:
  - a) **esercizi di vicinato:** con superficie di vendita fino a 250 mq;
  - b) **medie strutture di vendita:** con superficie di vendita compresa tra 251 e 2.500 mq così articolate:
    - i. M1. medie strutture di livello locale con superficie di vendita da 251 fino a 600 mq;
    - ii. M2. medie strutture intermedie con superficie di vendita da 601 a 1.500 mq;
    - iii. M3. medie strutture attrattive con superficie di vendita da 1501 a 2500 mq.;
  - c) **grandi strutture di vendita:** con superficie di vendita superiore ai 2.500 mq. così articolate:
    - i. G1 grandi strutture inferiori con superficie di vendita da 2.501 a 4.500 mq;
    - ii. G2 grandi strutture superiori con superficie di vendita maggiore di 4.500 mq. fino a 15.000 mq.



- 6) Le modalità insediative degli esercizi commerciali sono le seguenti:
- a) **struttura isolata**: esercizio che non condivide spazi, accessibilità e servizi con altre strutture commerciali;
  - b) **centro commerciale**: costituito da un insieme di più esercizi commerciali inseriti in una struttura a destinazione specifica, ovvero di una struttura architettonica unitaria, che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente la cui superficie di vendita almeno per il 20 per cento è destinata a esercizi di vicinato;
  - c) **area commerciale integrata**: uno spazio unitario, omogeneo e circoscritto che può comprendere più esercizi commerciali di diversa tipologia e dimensione, ivi compresi i centri commerciali, e attività diverse da quelle commerciali, anche insediati in unità edilizie autonome realizzate contestualmente o in tempi diversi, dotato di servizi esterni comuni quali parcheggi e percorsi pedonali. L'area commerciale integrata deve essere collocata in ambito extraurbano e può essere attraversata anche da viabilità pubblica con l'esclusione delle seguenti tipologie di viabilità, così come già definite dall'articolo 3 del decreto del Ministro dei lavori pubblici 1° aprile 1968, n. 1404 (*Distanze minime a protezione del nastro stradale da osservarsi nella edificazione fuori del perimetro dei centri abitati, di cui all'articolo 19 della legge 6 agosto 1967, n. 765*):
    - i. autostrade;
    - ii. strade di grande comunicazione o di traffico elevato.
    - iii. altre strade statali e strade provinciali o comunali aventi larghezza della sede superiore o uguale a metri 10,50;
  - d) **parco permanente attrezzato**: area con superficie superiore a 20 ettari comprendente strutture stabili per il tempo libero, ricreative, culturali e attività complementari. Il parco permanente attrezzato può includere strutture come definite alle lettere b) e c) a condizione che siano articolate esclusivamente con esercizi di vicinato e medie strutture. La superficie complessiva occupata dalle strutture commerciali non deve essere superiore alla superficie complessiva occupata dagli impianti e dalle attrezzature stabili destinate alle attività ludiche, ricreative e culturali.
- 7) Le aree commerciali integrate, la cui superficie complessiva di vendita non può comunque superare il limite di superficie di vendita stabilito dai provvedimenti di cui all'art. 3, devono essere ubicate in aree urbanisticamente idonee e sono così classificate:
- a) **piccole**: ubicate in un'area con superficie territoriale non superiore a 2 ettari;
  - b) **intermedie**: composte da esercizi di qualsiasi dimensione con esclusione delle strutture di tipo G2 del settore alimentare, ubicate in un'area con una superficie territoriale tra 2 e 5 ettari;
  - c) **di interesse provinciale**: composte da esercizi di qualsiasi dimensione e centri commerciali che occupano più di 5 ettari di superficie territoriale.
- 8) Le aree commerciali integrate di cui alla lettera a) del comma 7 sono programmate dai comuni con i criteri di cui all'art. 12 della presente legge.
- 9) Le aree commerciali di cui alle lettere b) e c) del comma 7 devono essere previste nella programmazione commerciale e dagli strumenti urbanistici dei comuni ed autorizzate secondo le modalità previste dai provvedimenti di cui all'art. 3 e dalla presente legge.
- 10) Sono definiti di **interesse locale** i centri commerciali che, hanno una superficie di vendita massima di mq. 4.000 e in cui la superficie di un singolo esercizio non è superiore alla categoria M3 e sono programmati dai comuni con i criteri di cui all'art. 12 della presente legge;

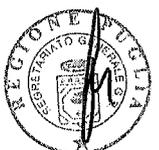


- 11) Gli insediamenti di cui ai commi 8 e 10, qualora la superficie di vendita totale superi i mq. 2.500, sono comunque grandi strutture di vendita e vengono autorizzati dal comune con le procedure di cui al comma 7 dell'art. 17 della presente legge.

**Art. 17**

**Modalità di apertura, trasferimento e ampliamento degli esercizi.**

- 1) L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di un esercizio di vicinato sono soggetti a previa SCIA al SUAP competente per territorio.
- 2) Nella SCIA di cui al comma 1 il soggetto interessato dichiara:
  - a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 della presente legge;
  - b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
  - c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
  - d) l'impegno al rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL).
- 3) L'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di **una media o grande struttura di vendita** sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio.
- 4) L'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di **un centro commerciale e di un'area commerciale integrata** necessitano:
  - a) di autorizzazione per il centro come tale, in quanto media o grande struttura di vendita, che è richiesta dal suo promotore o, in assenza, congiuntamente da tutti i titolari degli esercizi commerciali che vi danno vita, purché associati per la creazione del centro commerciale;
  - b) di autorizzazione o SCIA, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.
- 5) Nella domanda per il rilascio delle autorizzazioni di cui ai precedenti commi 3 e 4 l'interessato dichiara:
  - a) di essere in possesso dei requisiti di cui art. 5 della presente legge;
  - b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
  - c) l'eventuale documentazione richiesta ai sensi del comma 8 del presente articolo;
  - d) l'impegno al rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL).
- 6) Il Comune adotta le norme sul procedimento concernenti le domande relative alle medie strutture di vendita; stabilisce il termine, comunque non superiore ai novanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della legge 7 agosto 1990, n. 241, e ss. mm.
- 7) La domanda di autorizzazione per **grandi strutture di vendita** è inoltrata al SUAP competente per territorio e alla Regione ed è esaminata da una **Conferenza di servizi** indetta dalla Regione, composta dai rappresentanti della Regione, della Provincia e del Comune competente per territorio. Le deliberazioni della Conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti e il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Copia dell'autorizzazione deve essere trasmessa alla Regione.
- 8) Le norme sulle procedure di valutazione delle domande, anche nel caso di domande concorrenti, e sulla documentazione necessaria alla presentazione sono contenute nella normativa di cui all'art. 3 della presente legge e sono coordinate con quanto previsto dalle norme sulla valutazione dell'impatto ambientale.
- 9) Le procedure di valutazione sono volte a:



- a) garantire la trasparenza del procedimento e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della *legge 7 agosto 1990, n. 241*, e successive modifiche;
  - b) garantire l'insediamento in aree adeguate dal punto di vista urbanistico e ambientale;
  - c) garantire la concorrenza tra diverse aree di insediamento al fine di assicurare la migliore qualità degli insediamenti;
  - d) definire il termine, comunque non superiore a centottanta giorni dalla richiesta, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego.
- 10) L'autorizzazione per le aperture, gli ampliamenti e le trasformazioni per grandi strutture di vendita è subordinata a obblighi, impegni e condizioni inclusi in un atto unilaterale d'obbligo nei confronti del Comune e della Regione, sottoscritto dal legale rappresentante del soggetto proponente, che contiene l'analitica elencazione degli obblighi, nonché l'impegno del proponente a contribuire alla realizzazione di iniziative di riqualificazione delle aree a rischio di tenuta della rete distributiva.
- 11) Su richiesta del soggetto proponente la conferenza di servizi, in caso di eccezionale e comprovata necessità, concede, nei limiti di tempo di validità dell'autorizzazione, la rateizzazione delle somme volte a contribuire alla realizzazione di iniziative di riqualificazione delle aree a rischio, previa presentazione di regolare fidejussione.
- 12) Alle riunioni della Conferenza di servizi, svolte in seduta pubblica, partecipano a titolo consultivo i rappresentanti dei comuni contermini e le associazioni e organizzazioni di cui all'art. 3 della presente legge. Ove il bacino d'utenza riguardi anche parte del territorio di altra regione confinante, la Conferenza dei servizi ne informa la medesima e ne richiede il parere non vincolante ai fini del rilascio dell'autorizzazione.
- 13) La **chiusura** o la riduzione di superficie di un esercizio commerciale sono soggetti a comunicazione da effettuarsi al SUAP competente per territorio. Nel caso di grandi strutture di vendita copia della comunicazione deve essere inviata anche alla Regione.
- 14) L'**attivazione dell'autorizzazione** deve essere effettuata integralmente entro un anno dal rilascio per le medie strutture di vendita ed entro due anni per le grandi strutture di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità. La proroga viene concessa dal Comune competente per territorio, per le grandi strutture di vendita previa riunione della Conferenza dei servizi di cui al comma 7 secondo le procedure previste dai provvedimenti attuativi di cui all'art. 3 della presente legge.
- 15) Il **cambiamento merceologico dell'esercizio** o di parte della sua superficie di vendita è subordinato:
- a) a **SCIA**: se si tratta di cambiamento di settore o di merceologia in un esercizio di vicinato, di un cambiamento merceologico all'interno del settore non alimentare in una media o grande struttura di vendita. La SCIA necessita di asseverazioni solo per medie e grandi strutture di vendita. Nel caso di inserimento di una fattispecie con maggiore carico urbanistico il cambiamento comporta l'adeguamento degli standard di parcheggio pertinenziale;
  - b) ad **autorizzazione**: se si tratta di un cambiamento in medie e grandi strutture di vendita da settore alimentare a non alimentare o da non alimentare ad alimentare.
- 16) Nell'ambito dei provvedimenti attuativi di cui all'art. 3 della presente legge possono essere introdotte semplificazioni ai regimi di cui al comma precedente.

#### Art. 18

##### \* *Pianificazione territoriale e urbanistica degli insediamenti commerciali*

- 1) I comuni, individuano le aree idonee all'insediamento di strutture commerciali attraverso i propri strumenti urbanistici, in conformità alle finalità di cui all'art. 2 della presente legge,



con particolare riferimento al dimensionamento della funzione commerciale nelle diverse articolazioni previste all'art. 16 della presente legge.

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

#### Art. 19

##### *Dotazione di aree a parcheggio*

- 1) I comuni, in sede di formazione degli strumenti urbanistici generali o nella revisione di quelli vigenti, provvedono a definire, previa analisi dello stato di fatto e delle previsioni di nuovi insediamenti commerciali, le dotazioni di aree private destinate a parcheggio oltre quelli di legge statale.
- 2) La dotazione di aree private destinate a parcheggio è stabilita dai provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge, tenendo conto della dimensione, del settore merceologico e della tipologia insediativa nonché delle specificità dei centri storici e delle zone urbanizzate.
- 3) I requisiti relativi alle aree destinate a parcheggio devono sussistere anche a seguito di modifiche della superficie di vendita e del settore merceologico, a qualunque titolo intervenute. Il venire meno di tali requisiti determina la revoca dell'autorizzazione commerciale.
- 4) Al fine di promuovere l'insediamento di attività commerciali nei centri storici e nelle zone urbanizzate, i provvedimenti di cui all'art. 3, dettano disposizioni particolari per tali aree in merito alla dotazione di parcheggio.
- 5) Per gli esercizi di vicinato non sono previste dotazioni di aree private a parcheggio.

#### Art. 20

##### *Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale.*

- 1) La presentazione della domanda di autorizzazione per medie o grandi strutture di vendita deve avvenire in maniera coordinata alla richiesta del relativo titolo edilizio. I provvedimenti di cui all'art. 3, definiscono le modalità di coordinamento tra i due procedimenti.
- 2) Il rilascio del titolo edilizio avviene in maniera contestuale o successiva al rilascio dell'autorizzazione commerciale.
- 3) L'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata soltanto in conformità degli strumenti di pianificazione territoriale, paesaggistica e urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standard urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento.



*Art. 21*  
*Commercio all'ingrosso.*

- 1) L'esercizio dell'attività di commercio all'ingrosso, ivi compreso quello relativo ai prodotti alimentari è subordinato esclusivamente al possesso dei requisiti di onorabilità di cui all'articolo 71, comma 1, del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59.
- 2) L'esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio è assoggettato al regime abilitativo previsto per l'esercizio del commercio al dettaglio e al rispetto dei requisiti previsti dalla normativa statale e regionale nonché dai regolamenti comunali.
- 3) Ai fini dell'individuazione del regime abilitativo cui sottoporre l'attività di cui al comma 2, la superficie di vendita dell'esercizio viene determinata dalla somma delle superfici destinate alla vendita al dettaglio e di quelle destinate alla vendita all'ingrosso.



### TITOLO III - VENDITA DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

#### Art. 22 Esercizio dell'attività

- 1) La vendita della stampa quotidiana e periodica può essere realizzata in esercizi esclusivi o non esclusivi così come di seguito definiti.
  - a) **per punti vendita esclusivi** quelli che sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici. Rientrano tra i punti vendita esclusivi gli esercizi già autorizzati alla vendita di quotidiani e periodici in aggiunta o meno ad altre merci, ai sensi dell'*articolo 14 della legge 5 agosto 1981, n. 416 (Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria)*. I punti vendita esclusivi possono comunque mettere in vendita altri prodotti, nei limiti previsti dalle normative vigenti.
  - b) **per punti vendita non esclusivi** quelli che, in aggiunta ad altre merci, sono autorizzati alla vendita di soli quotidiani, di soli periodici o di entrambe le tipologie di prodotti editoriali. Per punti vendita non esclusivi si intendono altresì gli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'*articolo 1 della legge 13 aprile 1999, n. 108 (Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica)* e ai quali è stata rilasciata l'autorizzazione.
- 2) Il comune, nell'ambito dei provvedimenti di cui all'art. 12 della presente legge, definisce le modalità di apertura, e trasferimento di sede degli esercizi di vendita della stampa quotidiana e periodica.
- 3) In particolare il comune definisce:
  - a) le zone del territorio comunale ed i casi in cui, nell'ambito dei motivi imperativi d'interesse generale di cui all'art. 4 della presente legge, le rivendite sono soggette ad autorizzazione anche a carattere stagionale. Nei restanti casi l'apertura di un'attività di vendita è soggetta a SCIA inviata al SUAP competente per territorio;
  - b) i criteri ed i parametri qualitativi per il mantenimento e lo sviluppo della capacità di servizio della rete distributiva di quotidiani e periodici;
  - c) gli eventuali servizi aggiuntivi che possono essere erogati dalle rivendite anche in convenzione con i comuni stessi, nell'ambito dell'accoglienza turistica o dei servizi al territorio.

#### Art. 23 Punti vendita non esclusivi

- 1) Possono essere abilitati, attraverso la presentazione di SCIA, all'esercizio di un punto vendita non esclusivo, a condizione che l'attività si svolga nell'ambito degli stessi locali:
  - a) le rivendite di generi di monopolio;
  - b) gli impianti di distribuzione di carburante,
  - c) gli esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande;
  - d) le medie strutture di vendita, di tipologia M2 ed M3 e le grandi strutture di vendita così come definite all'art. 16 della presente legge;
  - e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti editoriali equiparati, con un limite minimo di superficie di vendita pari a mq 120;
  - f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento ai periodici di identica specializzazione.



- g) esercizi previsti nell'ambito dei provvedimenti di cui all'art. 12 della presente legge.
- 2) La prevalenza dell'attività, ai fini dell'applicazione del comma 1, lettera e), è determinata in base al volume di affari.
- 3) L'abilitazione all'esercizio di un punto vendita non esclusivo è collegata all'attività principale e non può essere trasferita senza di essa.

**Art. 24**

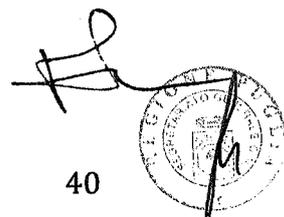
**Esenzione dall'autorizzazione**

- 1) E' soggetta alla sola comunicazione al comune competente per territorio:
  - a) la vendita nelle sedi di partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
  - b) la vendita in forma ambulante di quotidiani e periodici di partito, sindacali e religiosi che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale e religiosa;
  - c) la vendita, nelle sedi di società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei quotidiani e periodici da esse editi;
  - d) la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nei punti vendita di cui al presente capo;
  - e) la consegna porta a porta e la vendita in forma ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
  - f) la vendita di quotidiani e periodici nelle strutture turistico-ricettive, ove questa costituisca un servizio ai clienti;
  - g) la vendita di quotidiani e periodici all'interno di strutture pubbliche o private, l'accesso alle quali sia soggetto al pagamento di un titolo di ingresso ovvero di abbonamenti periodici e riservato esclusivamente a determinate categorie di soggetti e sia regolamentato con qualsiasi modalità;
  - h) la vendita di quotidiani e periodici nei centri polifunzionali di cui all'art. 13 della presente legge.

**Art. 25**

**Modalità di vendita della stampa**

- 1) La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:
  - a) i punti vendita esclusivi e non esclusivi prevedono un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
  - b) il prezzo di vendita del prodotto editoriale è stabilito dall'editore e non può subire variazioni in relazione ai punti vendita, esclusivi e non esclusivi;
  - c) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni sono identiche per le diverse tipologie di punto vendita, esclusivo e non esclusivo;
  - d) è vietata l'esposizione al pubblico di quotidiani, di periodici e di altro materiale a contenuto pornografico;
  - e) la distribuzione e vendita dei giornali quotidiani e periodici nonché dei prodotti ad essi abbinati deve avvenire nel rispetto di quanto previsto dall'Accordo nazionale di categoria,
  - f) nella vendita di quotidiani e periodici i punti vendita esclusivi assicurano parità di trattamento tra le diverse testate. I punti vendita non esclusivi assicurano parità di



trattamento nell'ambito della tipologia di prodotto editoriale prescelta, ossia dei soli quotidiani, dei soli periodici o di entrambe le tipologie.

*Art. 26*

*Diffusione gratuita della stampa*

- 1) La diffusione manuale e gratuita della stampa quotidiana e periodica è consentita in zone non adiacenti alle rivendite.
- 2) L'editore o altro soggetto giuridico, che intende distribuire manualmente ed in forma gratuita un prodotto editoriale proprio o altrui, ne dà comunicazione contestualmente all'inizio dell'attività, all'Amministrazione comunale territorialmente competente.



## TITOLO IV – COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

### Capo I - Norme generali

#### Art. 27

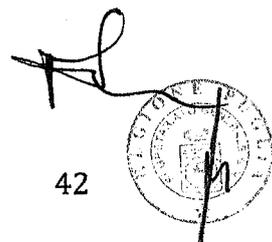
##### *Definizioni e Tipologia delle autorizzazioni*

- 1) Per quanto riguarda il commercio su aree pubbliche si intendono:
  - a. **per aree pubbliche**, le strade, le piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico;
  - b. **per commercio su aree pubbliche**, le attività di vendita di merci al dettaglio e di somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo o su aree private delle quali il Comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;
  - c. **per posteggio**, la parte di area pubblica o privata di cui il Comune abbia la disponibilità, che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività commerciale;
  - d. **per concessione di posteggio**, l'atto comunale che consente l'utilizzo di un posteggio nell'ambito di un mercato o di una fiera;
  - e. **per mercato**, l'area pubblica o privata della quale il Comune abbia la disponibilità, composta da più posteggi, attrezzata o meno e destinata all'esercizio dell'attività per uno o più o tutti i giorni della settimana o del mese per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la somministrazione di alimenti e bevande, l'erogazione di pubblici servizi;
  - f. **per mercato straordinario**, l'edizione aggiuntiva del mercato che si svolge in giorni diversi e ulteriori rispetto a quelli previsti, senza riassegnazione dei posteggi;
  - g. **per fiera**, la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private delle quali il Comune abbia la disponibilità, di operatori autorizzati a esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività;
  - h. **per fiera straordinaria**, la fiera realizzata eccezionalmente in occasione di eventi non ricorrenti;
  - i. **per presenza in un mercato** il numero delle volte che l'operatore si è presentato in tale mercato prescindendo dal fatto che vi abbia potuto o meno svolgere l'attività.
  - j. **per presenze effettive in una fiera**, il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato l'attività.
- 2) Il commercio sulle aree pubbliche può essere esercitato:
  - a) su posteggi dati in concessione: tipo A
  - b) in forma itinerante: tipo B

#### Art. 28

##### *Caratteristiche e articolazione merceologica delle manifestazioni*

- 1) I Comuni possono prevedere l'articolazione merceologica dei posteggi delle fiere e dei mercati, stabilendo vincoli di esclusiva vendita di determinate categorie di prodotti, indipendentemente dal contenuto dell'autorizzazione, nonché prevedere fiere e mercati



specializzati nei quali almeno il 50 per cento dei posteggi siano destinati alla vendita del medesimo prodotto o di prodotti affini.

- 2) Al fine di consentire, nell'ambito dell'Osservatorio regionale del commercio, un monitoraggio sull'andamento del commercio su aree pubbliche, la ripartizione merceologica dei posteggi di cui al comma 1 è effettuata con riferimento alle categorie di prodotti indicate nell'allegato A della presente legge.
- 3) Al fine di promuovere o valorizzare specifiche tradizioni, produzioni locali tipiche, attività culturali, prodotti di antiquariato o aventi valore storico o artistico, i Comuni possono istituire **fiere promozionali** con la partecipazione degli operatori su aree pubbliche e alle quali possono partecipare anche altri soggetti purché iscritti nel Registro delle imprese o all'Albo artigiani previsto dalla legge regionale 5 agosto 2013, n. 24 "Norme per lo sviluppo, la promozione e la tutela dell'artigianato pugliese".
- 4) Le disposizioni della presente legge non si applicano alle grandi manifestazioni fieristiche aventi preminenti finalità di promozione su vasta scala e sviluppo di interi comparti e settori economici, alle quali detta qualifica sia espressamente riconosciuta e che risultino inserite nel calendario annuale delle manifestazioni.

#### Art. 29

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

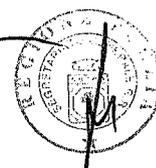
- 1) L'esercizio del commercio su aree pubbliche mediante l'uso di posteggio è soggetta ad autorizzazione rilasciata dal Comune dove è ubicato il posteggio. Ciascun singolo posteggio è oggetto di distinta autorizzazione.
- 2) L'autorizzazione è rilasciata a persone fisiche, a società di capitali, di persone o cooperative regolarmente costituite e in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 della presente legge. Le autorizzazioni a favore di società sono intestate direttamente a queste.
- 3) Il rilascio dell'autorizzazione comporta il contestuale rilascio della concessione del posteggio. La durata della concessione è di dodici anni. La regione nell'ambito dei provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge individua le tipologie di posteggio che possono avere una durata delle concessioni minore, ma comunque non inferiore ai sette anni.
- 4) L'autorizzazione di tipo A, oltre all'esercizio dell'attività con uso di posteggio, consente la partecipazione alle fiere e la vendita in forma itinerante nel territorio nazionale.
- 5) Nello stesso mercato un medesimo soggetto, persona fisica o società, non può essere titolare di più di due autorizzazioni nel medesimo settore merceologico. Se il numero delle autorizzazioni del mercato è superiore a cento il numero di autorizzazioni è elevato a tre. Sono fatti salvi, fino alla scadenza della concessione, le autorizzazioni in essere. La regione individua con le modalità di cui all'art. 3 della presente legge le modalità di gestione del regime transitorio.
- 6) È ammesso in capo a uno stesso soggetto il rilascio di più autorizzazioni di tipo A per più mercati, anche aventi svolgimento nei medesimi giorni e orari.
- 7) Nel rispetto delle disposizioni in materia igienico-sanitaria, nonché dei limiti di carattere merceologico disposti dai Comuni, l'operatore ha facoltà di utilizzare il posteggio per la vendita di tutti i prodotti oggetto della sua autorizzazione.
- 8) È consentita la rappresentanza del titolare dell'autorizzazione, persona fisica o società, da parte di un coadiutore, dipendente o socio, a condizione che, durante le attività di vendita, egli sia munito di atto di delega, che attesti il titolo del delegato all'esercizio dell'attività e del titolo originale dell'autorizzazione, da poter esibire a ogni richiesta degli organi di vigilanza.



Art. 30

Procedura di rilascio delle autorizzazioni di tipo A

- 1) Le domande di rilascio dell'autorizzazione di tipo A e della relativa concessione di posteggio all'interno di mercati e fiere incluse nella programmazione comunale di settore sono inoltrate al Comune dove si trovano i posteggi, sulla base delle indicazioni previste in apposito bando comunale contenente: l'indicazione dei posteggi, la loro ampiezza e ubicazione, le eventuali determinazioni di carattere merceologico ed i criteri di priorità di accoglimento delle istanze.
- 2) Entro il 30 aprile e il 30 settembre di ciascun anno, i Comuni fanno pervenire i propri bandi al Servizio regionale competente che provvede all'esame e alla pubblicazione sul Bollettino ufficiale della Regione Puglia entro i successivi trenta giorni.
- 3) Le domande di rilascio delle autorizzazioni possono essere inoltrate ai Comuni a partire dalla data di pubblicazione dei bandi sul Bollettino ufficiale e devono pervenire ai Comuni nel termine massimo dei successivi sessanta giorni. Le domande eventualmente pervenute ai Comuni fuori detto termine sono respinte e non danno luogo ad alcuna priorità in futuro. L'esito dell'istanza è comunicato agli interessati nel termine, non superiore a novanta giorni, a tal fine fissato dai Comuni e decorso il quale la stessa deve considerarsi accolta.
- 4) Il Comune esamina le domande regolarmente pervenute e rilascia l'autorizzazione e la contestuale concessione per ciascun posteggio libero sulla base di una graduatoria formulata tenendo conto, nell'ordine, dei seguenti criteri:
  - a) **maggiore professionalità acquisita**, anche in modo discontinuo, nell'esercizio del commercio su aree pubbliche con riferimento all'anzianità di esercizio, ivi compresa quella acquisita nel posteggio oggetto del bando. L'anzianità di impresa è comprovata dall'iscrizione quale impresa attiva al Registro delle imprese dal soggetto titolare dell'impresa al momento della partecipazione alla selezione, cumulata con quella del titolare al quale è eventualmente subentrato nella titolarità del posteggio medesimo;
  - b) **l'assunzione di impegni** da parte del soggetto candidato a rendere compatibile il servizio erogato con le condizioni poste dal comune in relazione alla tutela del territorio nei centri storici o in altre aree o edifici aventi valore storico, archeologico, artistico o ambientale. Tali impegni possono prevedere condizioni particolari nelle merceologie commercializzate o nelle strutture utilizzate;
  - c) in caso di parità fra gli operatori valgono i criteri di priorità fissati dal Comune negli strumenti di programmazione previsti dal precedente articolo 12.
- 5) La ripartizione per merceologia dei posteggi nelle fiere e nei mercati può essere disposta esclusivamente dai provvedimenti di cui all'art. 12 della presente legge.
- 6) Qualora il Comune abbia fatto uso della facoltà di ripartizione dei posteggi nei mercati in relazione a categorie merceologiche, gli interessati nell'istanza specificano uno, più o tutti i posteggi per i quali intendono concorrere e il relativo ordine di preferenza. Sulla base di tali indicazioni, il Comune redige distinte graduatorie per ciascun gruppo di posteggi, assegnando gli stessi a coloro che, in ciascuna di esse, risultino averne diritto.
- 7) Nel caso di soppressione dei posteggi in un mercato, i titolari dei posteggi soppressi hanno priorità assoluta nell'assegnazione di nuovi posteggi comunque disponibili, quale che sia la merceologia trattata.
- 8) Sono escluse dall'applicazione della procedura di cui al presente articolo e rilasciate dai Comuni, secondo propri criteri e modalità, le autorizzazioni e concessioni di posteggio relative:



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

**Art. 31**

*Esercizio dell'attività in forma itinerante (tipo B)*

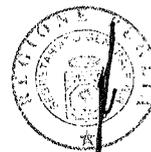
- 1) L'esercizio del commercio su aree pubbliche di tipo B è soggetta a SCIA da presentarsi al SUAP del comune in cui il richiedente inizia l'attività.
- 2) Nella SCIA di cui al comma 1 il soggetto interessato dichiara:
  - di essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 della presente legge;
  - il settore o i settori merceologici;
  - l'impegno al rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL)
- 3) La SCIA di cui al comma 1 abilita:
  - a) all'esercizio del commercio in forma itinerante;
  - b) all'esercizio del commercio nell'ambito delle fiere;
  - c) all'esercizio del commercio nell'ambito dei mercati, limitatamente ai posteggi non assegnati o provvisoriamente non occupati;
  - d) alla vendita a domicilio, come definita dall'art. 4 della presente legge.
- 4) L'esercizio del commercio in forma itinerante permette di effettuare soste per il tempo necessario a servire la clientela e, con divieto di posizionare la merce sul terreno o su banchi a terra, nel rispetto delle vigenti normative igienico sanitarie.
- 5) L'esercizio del commercio in forma itinerante può essere interdetto solo in aree previamente determinate dal comune nell'ambito del documento di cui al comma 7 dell'art. 12 e per motivi di tutela del patrimonio storico, artistico e ambientale, di sicurezza nella circolazione stradale, di tutela igienico-sanitaria, di compatibilità estetica o funzionale rispetto all'arredo urbano o per altri motivi di pubblico interesse.
- 6) I singoli Comuni, anche mediante accordi con altri Comuni, possono individuare appositi percorsi e aree ove la permanenza degli operatori itineranti non è sottoposta a vincoli temporali, in generale o a determinate condizioni o in particolari orari.

**Capo II- Programmazione del commercio su aree pubbliche**

**Art. 32**

*Criteri generali*

- 1) Attraverso il documento di cui all'art. 12 della presente legge il comune può istituire nuovi mercati e fiere ovvero provvedere alla loro modifica e soppressione dopo aver prioritariamente valutato:
  - a) il riordino, la riqualificazione, il potenziamento e l'ammodernamento di mercati e fiere già esistenti compreso il loro ampliamento dimensionale, in presenza di idonee aree;
  - b) l'aumento, ove è possibile, della frequenza di svolgimento delle fiere e mercati, promuovendo, in particolare, anche la creazione di mercati giornalieri.
- 2) In deroga al disposto del comma 1, l'istituzione di nuovi mercati è senz'altro ammessa:
  - a) nei Comuni del tutto privi di mercato;
  - b) nelle maggiori frazioni e nuclei abitati dei Comuni, con almeno mille abitanti, privi di mercato.



*Art. 33*

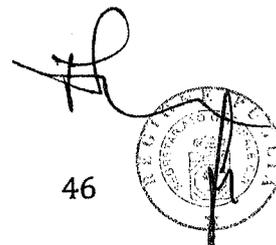
*Istituzione di nuovi mercati e fiere*

- 1) Ai fini dell'individuazione delle aree da destinare a nuovi mercati o nuove fiere, i Comuni tengono conto:
  - a) delle previsioni degli strumenti urbanistici, favorendo le zone in espansione o a vocazione turistica;
  - b) dell'esigenza di riequilibrio dell'offerta del commercio su aree pubbliche nelle varie parti del territorio promuovendo, in particolare, la presenza di mercati alimentari rionali di quartiere che limitino la necessità di mobilità degli utenti;
  - c) delle esigenze di tutela e valorizzazione del patrimonio archeologico, storico, artistico e ambientale;
  - d) delle esigenze di sicurezza stradale, con particolare riguardo alla facilità di accesso degli operatori, anche con automezzo, e dei consumatori, favorendo il decongestionamento delle aree problematiche;
  - e) delle dotazioni di opere di urbanizzazione primaria e dei necessari servizi pubblici, parcheggi e fermate di autolinee;
  - f) delle esigenze di natura igienico-sanitaria e di allaccio alle reti elettrica, idrica e fognaria, nonché della necessità di dotare ciascun mercato di servizi igienici in proporzione al numero dei posteggi e all'afflusso dell'utenza;
  - g) degli spazi a disposizione, in relazione all'obiettivo di conseguire la dimensione minima di mq. 32 per posteggio.
- 2) La scelta del giorno o della data di svolgimento di nuove fiere e mercati è effettuata evitando sovrapposizioni con le iniziative dei Comuni contermini.
- 3) Per l'istituzione di fiere promozionali, in relazione al presumibile maggiore afflusso dei consumatori, deve tenersi particolare conto delle condizioni di accesso e della presenza di parcheggi.
- 4) I Comuni possono istituire fiere o mercati specializzati.
- 5) La regione nell'ambito dei provvedimenti e con le modalità previste dall'art. 3 della presente legge definisce i criteri di rilascio delle concessioni per mercati e le fiere di nuova istituzione.

*Art. 34*

*Soppressione, riconversione e qualificazione dei mercati e delle fiere*

- 1) La variazione della giornata del mercato, la soppressione definitiva di mercati o fiere può essere disposta dai Comuni in presenza delle seguenti condizioni:
  - a) numero troppo esiguo di operatori o comunque persistente scarsa funzionalità e attrattività verificatasi con la decadenza del 70 per cento delle concessioni esistenti;
  - b) motivi di pubblico interesse o cause di forza maggiore non altrimenti eliminabili.
- 2) Il comune può disporre, lo spostamento definitivo dei mercati e delle fiere o la loro sostituzione con altri mercati o fiere di maggiore o minore numero di posteggi, contestualmente istituiti esclusivamente nell'ambito dei provvedimenti di cui all'art. 12 della presente legge. In tale evenienza l'assegnazione dei nuovi posteggi spetta, in primo luogo, agli operatori già presenti nei mercati, con scelta effettuata sulla base dei criteri di cui al comma 4 dell'art 31 della presente legge e senza necessità di esperimento della procedura di cui ai commi 1, 2 e 3 del suddetto articolo.
- 3) Il disposto del comma 2 non si applica al trasferimento temporaneo di mercati.



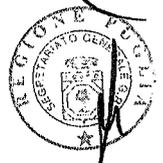
- 4) La scelta delle aree per il trasferimento di fiere e mercati è effettuata sulla base dei criteri di cui all'art. 12 della presente legge, tenuto conto dell'opportunità di favorire la graduale riorganizzazione in aree attrezzate delle manifestazioni che si svolgono su vie e piazze.
- 5) Lo spostamento di mercati che si svolgono in area urbana è essere disposto preferibilmente in aree mercatali attrezzate, sempre ricadenti in area urbana.
- 6) Qualora nell'ambito di un mercato venga a crearsi disponibilità di un posteggio, per rinuncia o decadenza, il Comune, avendo garantito nelle forme più idonee adeguata informazione agli operatori in esso presenti, accoglie eventuali istanze di miglioria o cambio di posteggio, nel rispetto dei criteri di priorità di cui al comma 4 dell'art. 30 della presente legge.
- 7) Per la valorizzazione e la promozione di fiere e mercati specializzati o aventi particolare rilievo promozionale o turistico, i Comuni possono stipulare convenzioni con aziende di promozione turistica, pro-loco, altre istituzioni pubbliche, associazioni di categoria degli operatori, comitati feste patronali, consorzi o cooperative di operatori su aree pubbliche, anche prevedenti l'affidamento di fasi organizzative e di gestione, ferma in ogni caso l'esclusiva competenza del Comune per la ricezione delle istanze di partecipazione e la definizione delle graduatorie.
- 8) Per favorire la valorizzazione delle produzioni tipiche regionali, nei mercati con almeno trenta posteggi devono prevedersi, ove non esistenti, almeno due ulteriori posteggi destinati alla vendita di prodotti alimentari tipici di esclusiva provenienza regionale o di artigianato tipico pugliese.

### **Capo III - Norme per l'esercizio dell'attività**

#### **Art. 35**

##### **Concessioni temporanee di posteggio**

- 1) Le disposizioni del presente articolo si applicano alle fiere non previste negli strumenti di programmazione comunale, alle fiere straordinarie, promozionali e ai soggetti alle stesse ammessi.
- 2) Il Comune per le manifestazioni di cui al comma 1, rilascia concessioni temporanee di posteggio agli operatori autorizzati all'esercizio del commercio su aree pubbliche nonché, nel caso di fiere promozionali a coloro che sono iscritti al registro delle imprese. Le predette concessioni sono valide soltanto per i giorni in cui hanno luogo tali manifestazioni.
- 3) Coloro che intendono partecipare manifestazioni di cui al comma 1 devono far pervenire al Comune ove le stesse si svolgono, almeno sessanta giorni prima della data fissata, istanza di concessione di posteggio valida per i soli giorni della manifestazione, indicando gli estremi del titolo con il quale s'intende partecipare e la merceologia principale trattata.
- 4) I Comuni, decorso il termine per l'inoltro delle istanze, redigono la graduatoria degli aventi diritto, tenuto conto di criteri analoghi a quelli previsti all'art. 30 per le autorizzazioni di tipo A.
- 5) Qualora il Comune abbia fatto uso della facoltà di ripartizione dei posteggi per merceologia, è redatta una distinta graduatoria per ciascun gruppo di posteggi individuato.
- 6) La graduatoria è affissa all'Albo comunale almeno quattordici giorni prima della data fissata per lo svolgimento della fiera.



*Art. 36*

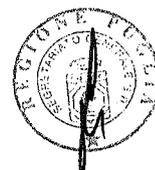
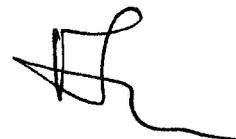
*Assegnazione temporanea di posteggi*

- 1) L'assegnazione temporanea dei posteggi occasionalmente liberi o in attesa di assegnazione nei mercati è effettuata dal Comune di volta in volta tenendo conto della maggiore anzianità di presenza nel mercato, determinata in base al numero di volte che l'operatore si è presentato entro l'orario d'inizio previsto, e dei criteri di cui al comma 4 dell'art. 30 della presente legge, indipendentemente dai prodotti trattati.
- 2) L'assegnazione temporanea dei posteggi riservati ai soggetti di cui al comma 8 dell'art. 30 della presente legge avviene, in primo luogo, a favore delle medesime categorie di soggetti.
- 3) Non si fa luogo ad assegnazione temporanea nel caso di posteggi occupati da box ed altre strutture fisse.
- 4) L'assegnazione nelle fiere di cui all'art. 35 della presente legge dei posteggi rimasti liberi decorsa un'ora dall'orario stabilito per il loro inizio, è effettuata, indipendentemente dai prodotti trattati, sulla base, nell'ordine, dei seguenti criteri:
  - a) inserimento di coloro che, pur avendo inoltrato istanza di partecipazione, non sono risultati tra gli aventi diritto, seguendo l'ordine di graduatoria;
  - b) inserimento degli altri operatori presenti, secondo i criteri di cui al comma 1.

*Art. 37*

*Esercizio del commercio su aree particolari*

- 1) L'esercizio del commercio su aree pubbliche lungo il lido del mare e la spiaggia, nelle rade e nei porti, è consentito ai titolari di autorizzazione per il commercio su aree pubbliche solo previo permesso dell'autorità marittima competente e alle condizioni da essa previste.
- 2) Senza permesso del soggetto proprietario o gestore è vietato il commercio su aree pubbliche negli aeroporti, nelle stazioni e nelle autostrade.
- 3) Il permesso di cui al comma 1 deve risultare da atto scritto datato e sottoscritto dal soggetto autorizzante.
- 4) Qualora uno o più soggetti mettano a disposizione del Comune un'area privata, attrezzata o meno, coperta o scoperta, per l'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, essa può essere inserita fra le aree da utilizzare per fiere e mercati. Coloro che cedono la disponibilità dell'area possono subordinare la sua utilizzazione all'ottenimento di una o più concessioni di posteggio a favore proprio o di terzi a tal fine indicati, da stabilire in sede di convenzione con il Comune di durata pluriennale. Il Comune può accogliere la richiesta previa verifica dell'idoneità dell'area e delle altre condizioni generali di cui alla presente legge.



## **TITOLO V ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE**

### **Art. 38**

#### *Tipologia degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande*

- 1) Gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono costituiti da un'unica tipologia che comprende la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.
- 2) Gli esercizi di cui al presente articolo hanno facoltà di vendere per asporto i prodotti oggetto dell'attività.

### **Art. 39**

#### *Apertura, ampliamento e trasferimento degli esercizi*

- 1) I Comuni, nell'ambito degli strumenti di cui all'art. 12 della presente legge individuano le aree in cui l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di somministrazione degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono soggetti ad **autorizzazione** ed a limitazioni per motivi imperativi di interesse generale. Negli altri casi l'apertura, l'ampliamento ed il trasferimento di un'attività di somministrazione è soggetta a SCIA.
- 2) È fatto obbligo a tutti i soggetti che svolgono attività di somministrazione di alimenti e bevande di esercitarla nel rispetto delle vigenti norme, prescrizioni e autorizzazioni in materia edilizia, urbanistica, igienico-sanitaria e di inquinamento acustico, sulla destinazione d'uso dei locali e degli edifici, nonché delle norme in materia di sicurezza e prevenzione incendi e, qualora trattasi di esercizi aperti al pubblico, di sorvegliabilità.
- 3) In caso di esercizi soggetti ad autorizzazione:
  - a. Il rispetto delle disposizioni di cui al comma 2 è richiesto ai fini dell'esercizio dell'attività, che rimane precluso in assenza di esso, ma non condiziona il rilascio dell'autorizzazione. Entro centottanta giorni dal rilascio dell'autorizzazione, salvo proroga in caso di comprovata necessità e comunque prima di dare inizio all'attività di somministrazione, il titolare deve porsi in regola con quanto previsto al comma 2 del presente articolo. Il Comune accerta l'adeguata sorvegliabilità anche nel caso di locali oggetto di ampliamento o di modifiche strutturali.
  - b. È fatta salva la possibilità per il Comune di prevedere l'obbligo del possesso dei requisiti di cui al comma 5 al momento del rilascio dell'autorizzazione.
- 4) Nella SCIA di cui al comma 1 il soggetto interessato dichiara:
  - a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'art.5 della presente legge;
  - b) il rispetto di quanto previsto al comma 2 del presente articolo;
  - c) l'ubicazione e la superficie di somministrazione dell'esercizio;
  - d) l'impegno al rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL);
  - e) la tipologia di attività di somministrazione: bar, ristorante, attività di trattenimento.

### **Art. 40**

#### *Attività non soggette ad autorizzazione*

- 1) Sono comunque soggette a SCIA, e non ad autorizzazione, le attività di somministrazione di alimenti e bevande da effettuarsi:
  - a) negli esercizi annessi ad alberghi, pensioni, locande o ad altri complessi ricettivi,

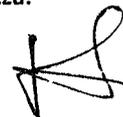
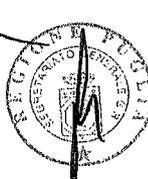


- b) negli esercizi di cui nei quali la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande viene effettuata congiuntamente ad attività di spettacolo, trattenimento e svago, in sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, stabilimenti balneari, impianti sportivi, cinema, teatri e altri esercizi similari, nonché in tutti i casi in cui l'attività di somministrazione è esercitata all'interno di strutture di servizio ed è in ogni caso ad esse funzionalmente e logisticamente collegata, sempreché alla somministrazione di alimenti e bevande non sia riservata una superficie maggiore rispetto a quella in cui è svolta l'attività cui è funzionalmente e logisticamente collegata. Non costituisce attività di spettacolo, trattenimento e svago la semplice musica di accompagnamento e compagnia;
  - c) negli esercizi situati all'interno delle **aree di servizio** delle strade extraurbane principali e delle autostrade, così come definite dal *decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (Nuovo codice della strada)*, nelle stazioni dei mezzi di trasporto pubblico (ferroviarie, marittime, aeroportuali, autostazioni) e sui mezzi di trasporto pubblico;
  - d) negli esercizi posti nell'ambito degli impianti stradali di distribuzione carburanti;
  - e) nelle mense aziendali, negli spacci annessi ai circoli cooperativi e degli enti a carattere nazionale le cui finalità assistenziali sono riconosciute dal Ministero dell'interno e nelle altre attività di somministrazione non aperte al pubblico individuate dai Comuni;
  - f) le attività svolte direttamente, nei limiti dei loro compiti istituzionali e senza fini di lucro, da ospedali, case di cura, case per esercizi spirituali, asili infantili, scuole, case di riposo, caserme, stabilimenti delle forze dell'ordine, strutture d'accoglienza per immigrati o rifugiati e altre simili strutture di accoglienza o sostegno.
  - g) nei centri polifunzionali di cui all'art. 12 della presente legge;
  - h) nelle attività svolte in forma temporanea di cui all'art. 41 della presente legge;
  - i) al domicilio del consumatore.
- 2) I contenuti della SCIA sono quelli previsti al comma 4 dell'art. 39 della presente legge.

#### Art. 41

##### *Attività di somministrazione stagionale e temporanea*

- 1) I Comuni stabiliscono le condizioni per l'esercizio dell'attività di somministrazione in **forma stagionale**, considerandosi tale l'attività svolta per uno o più periodi, nel complesso non inferiori a sessanta giorni e non superiori a duecentoquaranta giorni, per ciascun anno solare.
- 2) In occasione di fiere, feste, mercati o di altre riunioni straordinarie di persone, l'attività temporanea di somministrazione è soggetta a SCIA presentata nel Comune in cui l'attività si svolge. Essa può essere svolta soltanto per il periodo di svolgimento delle predette manifestazioni e per i locali o luoghi cui si riferiscono e se il richiedente risulta in possesso di requisiti di cui all'art. 5 della presente legge o se designa un responsabile in possesso di medesimi requisiti, incaricato di seguire direttamente lo svolgimento della manifestazione.
- 3) Per l'esercizio dell'attività di somministrazione di cui al comma 2 si osservano le disposizioni di cui al comma 2 dell'articolo 40 della presente legge, con esclusione di quelle relative alla destinazione d'uso dei locali e degli edifici.
- 4) Per lo svolgimento delle attività di somministrazione svolte in forma temporanea, nell'ambito di manifestazioni a carattere religioso, benefico, solidaristico, sociale o politico, non sono richiesti i *requisiti di cui al comma 6 dell'art. 71 del Decreto legislativo 26/3/2010 n. 59* nonché il rispetto delle norme igienico-sanitarie e in materia di sicurezza.

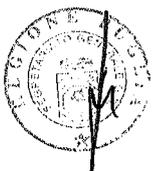
  


- 5) Le attività di somministrazione temporanee non possono avere una durata superiore a quindici giorni anche non consecutivi.

*Art. 42*

*Esercizio di attività accessorie*

- 1) Ferma restando il rispetto delle disposizioni previste dalle leggi di settore, i titoli abilitativi di cui all'art. 39 della presente legge danno la facoltà di installare ed utilizzare apparecchi radiotelevisivi ed impianti in genere per la diffusione sonora e di immagini, sempreché i locali non siano appositamente allestiti in modo da configurare lo svolgimento di un'attività di pubblico spettacolo o intrattenimento.
- 2) Gli stessi titoli abilitativi di cui al comma 1 abilitano, inoltre, all'effettuazione di piccoli trattenimenti musicali senza ballo in sale con capienza e afflusso non superiore a cento persone dove la clientela acceda per la consumazione, senza l'apprestamento di elementi atti a trasformare l'esercizio in locale di pubblico spettacolo o trattenimento e senza il pagamento di biglietto di ingresso o di aumento nei costi delle consumazioni. È comunque fatto salvo il rispetto delle disposizioni vigenti ed in particolare, quelle in materia di sicurezza, di prevenzione incendi e di inquinamento acustico.
- 3) I Comuni definiscono le caratteristiche e le modalità di svolgimento dei trattenimenti ai fini dell'applicazione del comma 2.



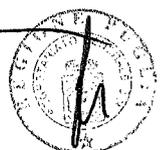
## TITOLO VI - RETE DISTRIBUTIVA DEI CARBURANTI

### Capo I - Disposizioni generali

#### Art. 43

#### Definizioni specifiche

- 1) Ai fini dell'applicazione della legge e dei regolamenti si intendono per:
- a) **carburanti:** le benzine, i gasoli, anche miscelati con i biocarburanti secondo specifiche del CEN (Comitato europeo di normazione), il gas di petrolio liquefatto per autotrazione (GPL), il gas metano per autotrazione, l'idrogeno, le miscele di metano-idrogeno, gli altri carburanti originati da fonti energetiche rinnovabili e tutti gli altri carburanti per autotrazione in commercio;
  - b) **distributore:** l'insieme delle attrezzature che permettono il trasferimento del carburante dal serbatoio dell'impianto al serbatoio del mezzo, misurando contemporaneamente i volumi o la quantità trasferiti, ed è composto da:
    - i. una o più pompe o altro sistema di adduzione;
    - ii. uno o più contatori o misuratori;
    - iii. una o più pistole o valvole di intercettazione;
    - iv. le tubazioni che li connettono;
  - c) **impianto di distribuzione dei carburanti per autotrazione:** il complesso commerciale unitario costituito da uno o più distributori e dai carburanti erogabili, con le relative attrezzature, locali e attività accessorie, ubicato lungo la rete stradale ordinaria e lungo le autostrade;
  - d) **self-service pre-pagamento:** il complesso di apparecchiature a moneta, a carta magnetica o a lettura ottica per l'erogazione automatica del carburante di cui l'utente si serve direttamente con pagamento anticipato e per il cui funzionamento non è necessaria l'assistenza di apposito personale;
  - e) **self-service post-pagamento:** il complesso di apparecchiature per l'erogazione automatica del carburante usato direttamente dall'utente, con pagamento effettuato successivamente al prelievo di carburante nelle mani di personale incaricato, il quale provvede al controllo e al comando dell'erogazione mediante apparecchiatura elettronica e cassa centralizzata;
  - f) **accettatore di carta di credito:** l'apparecchio per il pagamento dell'importo relativo all'erogazione dei carburanti mediante carta di credito;
  - g) **impianto di distribuzione di carburante per unità da diporto e avio ad uso pubblico:** l'impianto ubicato all'interno delle aree portuali e aeroportuali, destinato all'esclusivo rifornimento delle unità da diporto e degli aeromobili;
  - h) **impianto di distribuzione di carburante schiavi accise per motovela e motopesca:** l'impianto ubicato all'interno delle aree portuali, destinato all'esclusivo rifornimento di coloro che usufruiscono del gasolio a tassazione agevolata;
  - i) **impianto ad uso privato:** l'impianto ubicato all'interno di aree di proprietà privata o pubblica non aperte al pubblico, quali stabilimenti, cantieri, magazzini e depositi, destinato all'esclusivo rifornimento degli automezzi dei soggetti che ivi esercitano l'attività. Tale impianto può erogare gasolio, benzine, GPL, metano e detenere oli lubrificanti in confezioni regolamentari. L'erogazione del carburante avviene con apparecchiature automatiche, per aspirazione, a caduta o con qualsiasi mezzo non



automatico comunque provvisto di un sistema di misurazione dell'erogato in litri o altra unità di misura;

- j) **superficie totale (ST):** l'area occupata dall'impianto di distribuzione dei carburanti per autotrazione;
- k) **superficie coperta (SC):** la proiezione orizzontale delle superfici lorde dei fabbricati fuori terra;
- l) **indice di copertura:** il rapporto tra superficie coperta (SC) e superficie totale (ST), con esclusione della superficie coperta dalle pensiline poste a protezione dei distributori;
- m) **altezza massima:** la massima tra le altezze delle diverse parti del prospetto in cui può essere scomposto l'edificio, misurata dalla linea di terra a terreno sistemato alla linea di copertura.

#### Art. 44

##### *Esercizio delle funzioni da parte dei Comuni*

- 1) I Comuni esercitano le funzioni amministrative concernenti il rilascio delle autorizzazioni per l'installazione e l'esercizio per i nuovi impianti, nel rispetto della presente legge e di quanto previsto dai provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge.
- 2) Il SUAP è competente alla procedura per il rilascio del P.A.U. (Provvedimento Autorizzativo Unico), nel rispetto della presente legge, che deve essere inviato in copia al Servizio Regionale competente.
- 3) I Comuni, entro quindici anni dall'autorizzazione o dalla precedente verifica, accertano l'idoneità tecnica degli impianti ai fini della sicurezza sanitaria e ambientale.

#### Art. 45

##### *Tipologie e attività commerciali integrative*

- 1) Al fine del miglioramento delle condizioni ambientali attraverso la promozione della diffusione dei carburanti ecocompatibili, tutti i nuovi impianti devono essere dotati almeno di un prodotto eco-compatibile gpl o metano, a condizione che non vi siano ostacoli tecnici o oneri economici eccessivi e non proporzionali alle finalità dell'obbligo, come definiti nei provvedimenti di cui all'articolo 3 della presente legge.
- 2) Tutti gli impianti devono essere dotati dell'apparecchiatura self-service pre-pagamento.
- 3) I nuovi impianti, nonché quelli esistenti ristrutturati, possono inoltre essere dotati, oltre che di autonomi servizi all'automobile e all'automobilista, autolavaggio, auto parking, officine, anche di autonome attività commerciali integrative su superfici non superiori a quelle definite per gli esercizi di vicinato di cui alla presente legge, di attività di somministrazione alimenti e bevande, di attività artigianali, di rivendite di tabacchi e di punti vendita non esclusivi di stampa quotidiana e periodica. L'esercizio delle rivendite di tabacco è subordinato al rispetto delle norme e delle prescrizioni tecniche che disciplinano lo svolgimento di tali attività presso impianti di distribuzione dei carburanti.
- 4) I provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge possono prevedere ulteriori specificazioni in ordine alle attrezzature dell'area di rifornimento, alla dotazione di pensiline di copertura con sistemi idonei all'efficienza energetica e all'utilizzo delle fonti rinnovabili, alla presenza di adeguati servizi igienico-sanitari per gli utenti anche in condizioni di disabilità, di locali necessari al ricovero del gestore, di sistemi di sicurezza pubblica (videosorveglianza), nonché di aree a parcheggio per gli autoveicoli.



**Art. 46**

**Modifica e ristrutturazione degli impianti**

- 1) Costituisce modifica all'impianto:
  - a) la variazione del numero di colonnine;
  - b) la sostituzione di distributori con altri a erogazione doppia o multipla;
  - c) l'aggiunta di prodotti non erogati con installazione di nuove attrezzature;
  - d) il cambio di destinazione dei serbatoi e/o delle colonnine erogatrici;
  - e) la variazione del numero e/o della capacità di stoccaggio dei serbatoi;
  - f) la ristrutturazione comportante il mutamento della dislocazione di tutte le parti costitutive dell'impianto;
  - g) l'installazione di dispositivi self-service post-pagamento;
  - h) l'installazione di dispositivi self-service pre-pagamento;
  - i) la detenzione e/o aumento di stoccaggio degli oli lubrificanti;
  - j) la trasformazione delle modalità di rifornimento dell'impianto di metano autotrazione da carro bombolaio a stazione di vendita alimentata da metanodotto o viceversa.
- 2) Le modifiche sono realizzate nel rispetto della normativa vigente, in particolare in ordine agli aspetti fiscali, sanitari, ambientali, stradali, di sicurezza antincendio, urbanistici, di tutela dei beni storici ed artistici, con le modalità previste dai provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge.
- 3) La detenzione e/o aumento degli oli esausti, del gasolio per uso riscaldamento dei locali e di tutti gli altri prodotti petroliferi non destinati alla vendita al pubblico non costituisce modifica all'impianto ma ne deve essere data comunicazione, ai fini conoscitivi al Comune, al Comando provinciale dei Vigili del Fuoco (V.V.F), all'Ufficio delle Dogane.

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

**Art. 47**

**Impianti autostradali**

- 1) Le funzioni amministrative in materia di impianti di distribuzione carburanti lungo le autostrade e i raccordi autostradali sono di competenza della Regione. Pertanto, le concessioni sono rilasciate direttamente dalla Regione, nel quadro della programmazione territoriale regionale, come definite nei provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge.

**Art. 48**

**Impianti di distribuzione a uso privato e contenitori-distributori rimovibili**

- 1) L'installazione e l'esercizio di impianti di distribuzione carburanti per uso autotrazione ad uso privato sono autorizzati esclusivamente per il rifornimento di automezzi, mezzi da lavoro, di proprietà delle imprese produttive o di servizi, ad eccezione di quelli appartenenti ad amministrazioni dello Stato, ubicati all'interno di stabilimenti, cantieri, magazzini e simili, nel rispetto della presente legge e dei criteri e parametri definiti nei provvedimenti di cui all'articolo 3 della presente legge.
- 2) Sono individuati ed autorizzati come impianti ad uso privato anche quelli utilizzati dalle imprese per il rifornimento di automotrici ferroviarie, di autovetture impiegate per l'attività di autonoleggio e di veicoli alimentati a metano appartenenti a flotte aziendali ed impiegati per servizi di pubblica utilità.



- 3) L'installazione di contenitori-distributori rimovibili ad uso privato per liquidi di categoria "C" di cui ai Decreti del Ministro dell'Interno del 19 marzo 1990 e 12 settembre 2003, nel rispetto del Decreto del Presidente della Repubblica 1 agosto 2011, n. 151, inerenti il rifornimento di macchine ed automezzi all'interno di aziende agricole, di cave per estrazione di materiali e di cantieri stradali, ferroviari, edili e per il rifornimento di automezzi destinati all'attività di autotrasporto è consentita previa comunicazione al comune. L'utilizzo degli stessi non necessita di collaudo.

**Art. 49**  
**Impianti marini**

- 1) Gli impianti utilizzati esclusivamente per il rifornimento di unità da diporto o per buncheraggio navi e motopesca sono autorizzati dal Comune alle medesime condizioni e nel rispetto della disciplina applicabile agli impianti di distribuzione sulla rete stradale in deroga ai requisiti di cui all'art. 46 della presente legge.
- 2) Gli impianti sono adibiti all'esclusivo rifornimento delle unità da diporto e pertanto devono essere ubicati in posizione tale da non consentire il rifornimento ai veicoli stradali.

**Art. 50**  
**Autorizzazione al prelievo di carburanti**

- 1) Gli operatori economici e gli altri utenti che hanno necessità di rifornire i propri mezzi direttamente sul posto di lavoro devono essere in possesso dell'autorizzazione di durata annuale, rinnovabile, rilasciata dal Comune in cui operano.
- 2) Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato alla dichiarazione da parte del richiedente del numero e identificazione dei mezzi da rifornire, degli impianti stradali da utilizzare per il rifornimento e all'utilizzo di regolamentari contenitori nel rispetto delle norme di sicurezza.

**Art. 51**  
**Impianti di pubblica utilità in aree svantaggiate**

- 1) Sono ritenuti di pubblica utilità:
  - a) l'impianto ubicato in un comune montano, frazione o altra località la cui distanza da altri impianti è tale da compromettere il servizio di erogazione della distribuzione dei carburanti per uso autotrazione;
  - b) l'impianto che costituisce l'unico punto di rifornimento esistente nel comune.
- 2) Il Comune, per esigenze di pubblica utilità e per il tempo strettamente necessario alla realizzazione di un nuovo impianto, può autorizzare la prosecuzione dell'attività di un impianto ricadente nella fattispecie di cui al comma 1, anche se lo stesso risulta incompatibile.



### **Capo III – Collaudo, stato di conservazione, vigilanza e controllo**

#### **Art. 52** **Collaudo**

- 1) I nuovi impianti e quelli totalmente ristrutturati non possono essere posti in esercizio prima dell'effettuazione del collaudo da parte dell'apposita Commissione comunale. Le risultanze del collaudo devono essere trasmesse alla Regione
- 2) Il collaudo è predisposto dal Comune competente mediante costituzione di apposita Commissione composta da due rappresentanti del Comune con funzioni di Presidente e Segretario, da un funzionario regionale della struttura competente in materia di carburanti, da un rappresentante del Comando provinciale VVF, dell'Ufficio Delle Dogane e può essere integrata con un rappresentante della ASL e dell'Ente proprietario della strada, competenti per territorio.
- 3) Ai singoli componenti la Commissione spetta, per ogni collaudo, un rimborso spese forfettario il cui importo è stabilito dai provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge. Le spese di collaudo sono a carico della ditta richiedente.

#### **Art. 53** **Impianto ed esercizio provvisorio**

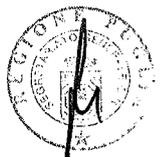
- 1) Il Comune su richiesta del titolare, può rilasciare l'autorizzazione all'esercizio provvisorio per un periodo non superiore a centottanta giorni, secondo i criteri e le modalità stabilite dai provvedimenti di cui all'art. 3 della presente legge.

#### **Art. 54** **Termine per ultimazione dei lavori**

- 1) I lavori per la realizzazione di nuovi impianti, devono essere ultimati entro il termine massimo di due anni dal rilascio dell'autorizzazione.
- 2) Il termine di cui al comma 1, in presenza di comprovata e documentata necessità, può essere prorogato per ulteriori mesi dodici, ovvero, in caso di documentata causa di forza maggiore, per tutta la durata dell'impedimento.
- 3) Entro il termine di ultimazione dei lavori deve essere presentata la domanda di collaudo al Comune competente.

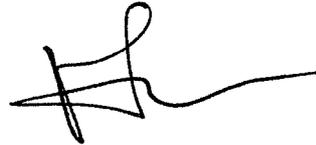
#### **Art. 55** **Stato di conservazione degli impianti**

- 1) Per assicurare e garantire la continuità e regolarità del servizio di distribuzione automatica di carburanti per uso autotrazione, le attrezzature degli impianti devono essere mantenute in perfetto stato di efficienza e di conservazione anche ai fini dell'estetica e del decoro.
- 2) Il titolare dell'autorizzazione deve garantire la manutenzione ordinaria e straordinaria non solo delle attrezzature costituenti il punto vendita, ma anche dell'area interessata all'impianto medesimo e di tutti i locali destinati ai vari servizi accessori per l'utenza e per l'automobilista.



*Art. 56*  
*Vigilanza e controllo*

- 1) La vigilanza sull'applicazione della presente legge è esercitata dai Comuni, nonché da funzionari della struttura regionale competente in materia di carburanti. I titolari delle autorizzazioni e i gestori devono consentire agli stessi il libero accesso agli impianti fornendo le informazioni del caso e la necessaria documentazione.
- 2) La Regione, in caso di mancato rispetto o violazione dei termini previsti per l'esercizio delle funzioni amministrative di cui alla presente legge, nell'esercizio delle funzioni di vigilanza di cui al comma 1, può diffidare i Comuni ad adottare i provvedimenti idonei ad assicurare il rispetto dei termini e delle norme violate.
- 3) Restano fermi i controlli di natura fiscale e quelli attinenti alla tutela della sicurezza e incolumità pubblica, nonché alla sicurezza sanitaria, ambientale e stradale demandati alle amministrazioni competenti.



## **TITOLO VII - FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO**

### **Art. 57**

#### **Spacci interni**

- 1) La vendita di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi è soggetta ad apposita SCIA al Comune competente per territorio e deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico, che non abbiano accesso dalla pubblica via.
- 2) Nella SCIA deve essere dichiarata: la sussistenza dei requisiti di cui all'art. 5 della presente legge, la persona preposta alla gestione dello spaccio, il rispetto delle norme in materia di idoneità dei locali, il settore merceologico, l'ubicazione e la superficie di vendita.

### **Art. 58**

#### **Apparecchi automatici**

- 1) La vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici è soggetta ad apposita SCIA al Comune competente per territorio.
- 2) Nella SCIA deve essere dichiarata: la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'art. 5 della presente legge, il settore merceologico e l'ubicazione, nonché, se l'apparecchio automatico viene installato sulle aree pubbliche, l'osservanza delle norme sull'occupazione del suolo pubblico.
- 3) La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo è soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita.
- 4) La SCIA di cui al comma 1 è obbligatoria nel caso di inizio attività e prima installazione di apparecchi nel comune. In caso di intervenute variazioni il titolare dell'attività, entro sei mesi dalle stesse, deve inviare al comune un prospetto aggiornato degli impianti installati con indicazione delle ubicazioni e dei settori merceologici.
- 5) L'installazione di distributori automatici per la somministrazione di alimenti e bevande in locali esclusivamente adibiti a tale attività e all'uopo attrezzati è soggetta alle disposizioni concernenti l'autorizzazione degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande.
- 6) È vietata la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.

### **Art. 59**

#### **Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione**

- 1) La vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione e commercio elettronico è soggetta a previa SCIA al Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale.
- 2) È vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta. È consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi, senza spese o vincoli per il consumatore.
- 3) Nella SCIA di cui al comma 1 deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'art. 5 della presente legge ed il settore merceologico di attività.
- 4) Nei casi in cui le operazioni di vendita sono effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva deve accertare, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attività è in possesso dei requisiti prescritti dalla presente legge per l'esercizio della vendita al dettaglio. Durante la trasmissione devono essere indicati il nome e la denominazione o la ragione sociale e la



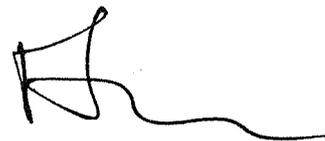
sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese e il numero della partita IVA. Agli organi di vigilanza è consentito il libero accesso al locale indicato come sede del venditore.

- 5) Le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione sono vietate.
- 6) Chi effettua le vendite tramite televisione per conto terzi deve essere in possesso della licenza prevista dall'articolo 115 del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza, approvato con regio decreto 18 giugno 1931, n. 773.
- 7) Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al *decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (codice di consumo)*.

#### Art. 60

##### *Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori*

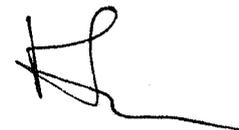
- 1) La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori è soggetta a previa SCIA al Comune nel quale l'impresa ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale, se società.
- 2) Nella SCIA deve essere dichiarata la sussistenza dei requisiti di cui all'art. 5 della presente legge ed il settore merceologico di attività.
- 3) L'impresa che intende avvalersi per l'esercizio dell'attività di incaricati, ne comunica l'elenco all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attività dei medesimi. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5.
- 4) L'impresa di cui al comma 1 rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate, che deve ritirare non appena esse perdano i requisiti richiesti.
- 5) Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 4 deve essere numerato e aggiornato annualmente, deve contenere le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, nonché del nome del responsabile dell'impresa stessa, e la firma di quest'ultimo e deve essere esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.
- 6) Le disposizioni concernenti gli incaricati si applicano anche nel caso di operazioni di vendita a domicilio del consumatore effettuate dal commerciante sulle aree pubbliche in forma itinerante.
- 7) Il tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4 e 5 è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua personalmente le operazioni disciplinate dal presente articolo.
- 8) Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al *decreto legislativo n. 206/2005*.
- 9) L'esibizione o illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi altra forma di propaganda commerciale presso il **domicilio del consumatore**, così come definito all'art. 4 della presente legge, sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati e sul tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4, 5, 6 e 8.



## TITOLO VII- SANZIONI E NORME FINALI

### Art. 61 Sanzioni

- 1) La competenza per le violazioni di cui alla presente legge è del Comune nel quale hanno avuto luogo. Allo stesso Comune pervengono i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta ovvero da ordinanze di ingiunzioni di pagamento.
- 2) Il Comune è competente alla vigilanza e al provvedimento sanzionatorio di cui *all'articolo 180 del regio decreto 6 maggio 1940, n. 635 (Approvazione del regolamento per l'esecuzione del testo unico 18 giugno 1931, n. 773 delle leggi di pubblica sicurezza)*.
- 3) Chiunque eserciti l'attività di commercio al **dettaglio in sede fissa**, le forme speciali di vendita, le vendite straordinarie e promozionali, l'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica, di somministrazione di alimenti e bevande, la distribuzione di carburanti e di commercio su aree pubbliche senza autorizzazione o altro titolo abilitativo previsto, ovvero senza i requisiti di cui all'art. 5 della presente legge, è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 2.500,00 (duemilacinquecento) a euro 15.000,00 (quindicimila) e alla chiusura immediata dell'esercizio.
- 4) Nel caso di operatori su **aree pubbliche** la chiusura è integrata dal sequestro cautelare delle attrezzature e delle merci ed alla successiva confisca delle stesse nonché degli automezzi usati dai sanzionati, ai sensi della *legge 24 novembre 1981 n. 689 (modifiche al sistema penale)*.
- 5) Per i **distributori di carburante** ad uso pubblico il comune dispone inoltre la rimozione delle attrezzature e il ripristino dei luoghi con spese a carico dei trasgressori.
- 6) Le violazioni alle altre disposizioni contenute negli altri articoli della presente legge sono punite con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 500,00 (cinquecento) a euro 3.000,00 (tremila).
- 7) In caso di particolare gravità o di recidiva la competente autorità comunale deve inoltre disporre la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non inferiore a tre e non superiore a venti giorni lavorativi. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.
- 8) Le **attività di somministrazione** di cui all'art. 38 della presente legge possono essere sospese anche quando venga meno la sorvegliabilità dei locali. L'attività è sospesa per una durata non inferiore a tre giorni e non superiore a novanta giorni, termine entro il quale, salvo proroga in caso di comprovata necessità e previa motivata istanza, il titolare può riprendere l'attività, ripristinati i requisiti mancanti.
- 9) L'attività è sospesa fino a tre giorni nel caso in cui l'esercente non rispetti gli orari e le indicazioni operative decise dai Comuni per la tutela degli abitati delle aree limitrofe.
- 10) Per accertati motivi di pubblico interesse o per evidenti ragioni di sicurezza il Comune può disporre la sospensione dell'impianto di distribuzione di carburanti su strada.
- 11) Qualora le fattispecie di cui ai commi 3 e 7, avvengano in un esercizio di somministrazione si applicano anche le disposizioni di cui *agli articoli 17 ter e 17 quater del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza*.



Art. 62

*Sospensione, decadenza e revoca delle autorizzazioni*

- 1) Il titolare può sospendere volontariamente la propria autorizzazione, dandone comunicazione al comune, fino al periodo massimo di 1 anno, salvo proroga in caso di comprovata necessità e motivata richiesta dell'interessato.
- 2) I titolari degli impianti di distribuzione di carburanti su area autostradale non possono sospendere l'attività dell'esercizio.
- 3) L'autorizzazione è **revocata** qualora il titolare:
  - a) chiuda volontariamente l'attività;
  - b) non avvii l'attività entro sei mesi dal rilascio dell'autorizzazione, periodo esteso a un anno per le medie strutture di vendita e due anni per le grandi strutture di vendita;
  - c) non osservi i provvedimenti di sospensione dell'autorizzazione o non ripristini i requisiti mancanti nei termini previsti;
  - d) sospenda l'attività per un periodo superiore al massimo previsto al comma 1 del presente articolo;
  - e) nei casi stabiliti dal Comune per motivi di pubblico interesse;
  - f) in possesso di autorizzazione su aree pubbliche di tipo A non utilizzi il posteggio assegnato per periodi superiori complessivamente ad 1/3 delle giornate previste per ciascun anno solare, fatti salvi i casi di forza maggiore documentati dall'interessato;
  - g) in possesso di autorizzazione su aree pubbliche di tipo A non utilizzi il posteggio assegnato all'interno di una fiera per due manifestazioni consecutive, fatti salvi i casi di forza maggiore documentati dall'interessato;
  - h) dell'impianto di distribuzione di carburante:
    - a) non risulti adeguabile a seguito di verifica di compatibilità da parte del Comune.
    - b) rifornisce da un impianto marino il carburante a veicoli stradali;
    - c) rifornisce da un impianto ad uso privato il carburante a terzi.
- 4) La Regione può richiedere al Comune la chiusura di un esercizio non in possesso dell'autorizzazione per grande struttura di vendita ovvero la revoca dell'autorizzazione rilasciata in maniera non conforme alla presente legge.
- 5) In caso di mancata attuazione di quanto previsto al comma precedente la Regione, decorsi novanta giorni dalla richiesta, nomina un commissario ad acta per l'attuazione dei necessari provvedimenti.
- 6) Il Comune, avuta notizia di una delle fattispecie di revoca, la comunica all'interessato fissando un termine di trenta giorni per le eventuali controdeduzioni, decorso il quale adotta il provvedimento di revoca.

Art. 63

*Abrogazioni e disapplicazioni*

- 1) Sono abrogate le seguenti leggi regionali:
  - a. Legge regionale n. 11 del 01/08/2003 Nuova disciplina del commercio
  - b. Legge regionale n. 18 del 24/07/2001 Disciplina del commercio su aree pubbliche
  - c. Legge regionale 13/12/2004, n. 23: Razionalizzazione e ammodernamento della rete distributiva dei carburanti.
- 2) A seguito dell'entrata in vigore della presente legge cessa di avere diretta applicazione nella Regione Puglia la legge n. 287 del 1991, fatto salvo l'articolo 4, comma 2, con riferimento alle autorizzazioni di cui all'articolo 41 della presente legge.

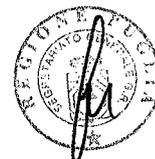


- 3) Sono fatte salve le disposizioni di cui *all'articolo 152 del regio decreto 6 maggio 1940, n. 635 (Approvazione del regolamento per l'esecuzione del testo unico 18 giugno 1931, n. 773 delle leggi di pubblica sicurezza), come modificato dall'articolo 2 del decreto del Presidente della Repubblica 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 n. 59/1997 e numeri 18, 19, 20 e 35, Allegato 1 della Legge n. 50/1999)*, le disposizioni in materia di sorvegliabilità dei locali adibiti a pubblici esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande, nonché ogni altra disposizione statale in materia di ordine pubblico e sicurezza.

**Art. 64**

*Disposizioni transitorie e finali.*

- 1) In attesa dell'approvazione dei provvedimenti di cui al comma 1 dell'art. 3 rimangono in vigore i regolamenti vigenti in quanto applicabili.
- 2) Fino alla data di approvazione da parte del Comune dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni su aree pubbliche di cui all'art. 12:
  - a) non possono essere rilasciate nel Comune nuove autorizzazioni di tipo A;
  - b) non possono essere istituiti o ampliati di numero di posteggi o trasferiti di luogo fiere e mercati;
  - c) non possono essere operate ripartizioni dei posteggi per merceologia.
- 3) Ai fini della commercializzazione restano salve le disposizioni concernenti la vendita di prodotti previsti da leggi speciali.
- 4) Le domande di autorizzazione alla realizzazione di un nuovo impianto di distribuzione di carburanti presentate prima dell'entrata in vigore della presente legge sono esaminate e decise sulla base delle disposizioni vigenti al momento della presentazione.
- 5) I titolari di un'autorizzazione ai sensi *dell'art. 3 della legge n. 287 del 1991*, previo aggiornamento dell'autorizzazione sanitaria, hanno diritto ad estendere la propria attività secondo quanto previsto all'art. 38 della presente legge senza che risulti necessaria la conversione del titolo autorizzatorio.
- 6) Il titolare di autorizzazioni di cui *all'articolo 5, comma 1, lettere a) b) e d), della legge n. 287 del 1991*, per uno stesso esercizio ha diritto, sussistendone le condizioni, di attivare in locali diversi o cedere, entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge, i diversi rami d'azienda e il subentrante ha diritto all'intestazione della relativa autorizzazione.
- 7) Al rinnovo delle autorizzazioni di concessione di posteggio in scadenza del periodo 2017 – 2020 si applicano i criteri previsti dalla DGR 28 marzo 2013, n. 568 *"Indirizzi unitari delle Regioni e province autonome per l'attuazione dell'Intesa della Conferenza Unificata del 05/07/2012, ex art. 70 comma 5 del D.L.gs. 59/2010 in materia di aree pubbliche - Presa d'Atto"*.
- 8) Il Comune rilascia l'autorizzazione di tipo A, con scadenza 5 luglio 2017, agli operatori che abbiano occupato negli ultimi tre anni lo stesso posteggio nella fiera. Dopo la data del 5 luglio 2017 si applicano le procedure previste all'articolo 30.



**ALLEGATO A**

**CATEGORIE MERCEOLOGICHE UTILIZZABILI PER LA RIPARTIZIONE DEI POSTEGGI**

**NELLE FIERE E NEI MERCATI**

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



## **SOMMARIO**

### **TITOLO I - DISPOSIZIONI GENERALI**

#### **Capo I - Principi generali**

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

#### **Capo II - Norme generali sulla vendita**

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

#### **Capo III - Programmazione della rete distributiva**

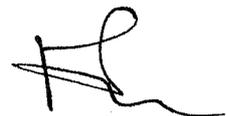
- Art. 11 Contenuti dei documenti regionali di indirizzo e programmazione
- Art. 12 Strumenti comunali di programmazione e incentivazione

#### **Capo IV - Strumenti di promozione del commercio**

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

### **TITOLO II - COMMERCIO IN SEDE FISSA**

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



### **TITOLO III - VENDITA DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA**

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

### **TITOLO IV – COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**

#### **Capo I - Norme generali**

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

#### **Capo II- Programmazione del commercio su aree pubbliche**

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

#### **Capo III - Norme per l'esercizio dell'attività**

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

### **TITOLO V ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE**

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

### **TITOLO VI - RETE DISTRIBUTIVA DEI CARBURANTI**

#### **Capo I - Disposizioni generali**

- Art. 43 Definizioni specifiche
- Art. 44 Esercizio delle funzioni da parte dei Comuni



- Art. 45 Tipologie e attività commerciali integrative
- Art. 46 Modifica e ristrutturazione degli impianti

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

- Art. 47 Impianti autostradali
- Art. 48 Impianti di distribuzione a uso privato e contenitori-distributori rimuovibili
- Art. 49 Impianti marini
- Art. 50 Autorizzazione al prelievo di carburanti
- Art. 51 Impianti di pubblica utilità in aree svantaggiate

## **Capo III – Collaudo, stato di conservazione, vigilanza e controllo**

- Art. 52 Collaudo
- Art. 53 Impianto ed esercizio provvisorio
- Art. 54 Termine per ultimazione dei lavori
- Art. 55 Stato di conservazione degli impianti
- Art. 56 Vigilanza e controllo

## **TITOLO VII - FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO**

- Art. 57 Spacci interni
- Art. 58 Apparecchi automatici
- Art. 59 Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione
- Art. 60 Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori

## **TITOLO VII- SANZIONI E NORME FINALI**

- Art. 61 Sanzioni
- Art. 62 Sospensione, decadenza e revoca delle autorizzazioni
- Art. 63 Abrogazioni e disapplicazioni
- Art. 64 Disposizioni transitorie e finali

**ALLEGATO A: Categorie merceologiche per la ripartizione dei posteggi**

