

**COMUNE DI MONOPOLI**  
PROVINCIA DI BARI

# **PIANO COMUNALE DEL COMMERCIO**

## **SU AREE PUBBLICHE**

Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114

Legge Regionale 24 luglio 2001, n. 18

**L'Assessore alle Attività Produttive**  
**Sig. ANTONIO GUCCIONE**

**Il Sindaco**  
**Avv. PAOLO ANTONIO LEOCI**

# INDICE

## PIANO COMUNALE DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

### RELAZIONE TECNICA:

- Capitolo 1 - La nuova disciplina del commercio su aree pubbliche
- Capitolo 2 - I valori e le modificazioni qualitative dei consumi
- Capitolo 3 - Lo sviluppo delle imprese distributive
- Capitolo 4 - Analisi conclusive e proposte di lavoro
- Capitolo 5 - Norme comunali in materia di commercio su aree pubbliche

### REGOLAMENTO DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

- Capitolo 6 - Regolamentazione comunale
  - Titolo I - Regolamento del mercato giornaliero alimentare
  - Titolo II - Regolamento del mercato settimanale
  - Titolo III - Regolamento delle fiere
  - Titolo IV - Disposizioni varie e finali

# **PIANO COMUNALE DEL COMMERCIO**

## **SU AREE PUBBLICHE**

### **RELAZIONE TECNICA**

#### **CAPITOLO 1**

##### **LA NUOVA DISCIPLINA DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**

###### **1.1 Premessa**

Preliminarmente è necessario inquadrare ed approfondire tutti gli elementi economici e sociali, demografici e di natura territoriale che incidono in maniera significativa sulla distribuzione delle merci al dettaglio e determinano i caratteri della rete distributiva comunale, con l'intento finale di tradurre in proposte concrete e in regole di azione il dettato del Decreto Legislativo 114/98 (detto "Bersani"), e dei provvedimenti di indirizzo in materia di commercio su aree pubbliche.

Numerosi sono gli elementi da tenere in considerazione in questa nuova fase di programmazione, che sostituisce le vecchie logiche basate essenzialmente sull'analisi della struttura economica del settore, e introduce un approccio in cui è il territorio nel suo complesso ad essere monitorato, con i contributi incrociati dei vari strumenti a disposizione.

Lo sviluppo e la crescita della città e del suo territorio non possono più oggi essere visti per stralci, per segmenti, puntando ad ottimizzare un settore indipendentemente dalle azioni degli altri.

Il tessuto urbano letto e vissuto come organismo complessivo richiede una attenzione rinnovata e multidisciplinare, che si è cercato di tradurre in questa relazione.

L'obiettivo di fondo nel ciclo di vita urbano, che riguarda il commercio, il turismo e le altre attività economiche e ricreative, è quello che Monopoli possa incrementare con il tempo il proprio ruolo di riferimento simbolico per i residenti e per coloro che sono di passaggio (per lavoro, per studio, per turismo, per motivi personali...), pianificando una evoluzione non traumatica in cui ogni generazione possa sentirsi protagonista di una parte di città che si forma con lei.

Per poter tradurre questo grande obiettivo, per la parte non trascurabile di competenza del commercio, in atti concreti, occorre innanzitutto prendere in esame e tenere in considerazione i vari elementi caratterizzanti questo rilevante settore economico.

Non vi è più un mercato da regolare, come nella superata impostazione della abrogata legge 426/71, ma il territorio quale ambiente da salvaguardare e come risorsa da valorizzare; si deve pertanto perseguire un non facile equilibrio tra questi due aspetti, mutuamente rilevanti, che presentano anche momenti di attrito.

A monte, ancora, sta il comportamento dei consumatori correlato alla mobilità, all'innovazione tecnologica e al classico trend dei redditi.

###### **1.2 Il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114**

Il quadro normativo e regolamentare del commercio su aree pubbliche è radicalmente cambiato negli ultimi anni: dopo le rigide regole basate sull'equilibrio economico tra domanda e offerta, la situazione si è radicalmente trasformata.

Il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 - Riforma della disciplina relativa al settore commercio, noto come "*Decreto Bersani*", propone una nuova visione dell'argomento con finalità nuove e tramite la definizione di 6 tipologie di attività commerciali.

Le nuove finalità sono contenute nel comma 3 dell'art. 1 del D. Lgs. 114/98:

*"3. La disciplina in materia di commercio persegue le seguenti finalità:*

- a) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;*
- b) la tutela del consumatore, con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti;*
- c) l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva, nonché l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi;*
- d) il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;*
- e) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane, insulari."*

Sul tema, l'art. 2 dello stesso decreto ribadisce che:

*"1. L'attività commerciale si fonda sul principio della libertà di iniziativa economica privata ai sensi dell'articolo 41 della Costituzione ed è esercitata nel rispetto dei principi contenuti nella legge 10 ottobre 1990, n. 287, recante norme per la tutela della concorrenza e del mercato."*

Per quanto concerne la merceologia, nella previgente disciplina gli esercizi del commercio al dettaglio erano classificati secondo 14 tabelle merceologiche di base, oltre 5 sottocategorie della tabella XII (beni casa) e 7 sottocategorie della tabella XIV (altri beni). Con l'entrata in vigore del Decreto Bersani le tabelle sono state ridotte a due settori:

- alimentare;
- non alimentare.

Si passa pertanto da una matrice composta da 52 "caselle" operative (26 tabelle e sottotabelle e due dimensioni, sopra e sotto la soglia del nulla osta regionale) ad una matrice a sei caselle. Il processo di semplificazione, sotto questo punto di vista, si concentra nell'aspetto merceologico, a fronte di un aumento del numero di soglie dimensionali.

Il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 ha apportato importanti novità nel commercio al dettaglio su aree pubbliche, precedentemente disciplinato dalla legge 112/91.

La semplificazione in tale comparto riguarda l'eliminazione delle tabelle merceologiche, sopra delineata, e la riduzione delle tipologie delle autorizzazioni dalle precedenti tre alle attuali due che abilitano rispettivamente al commercio:

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

Competenze e ruoli sono stati delegati alle Regioni ed ai Comuni, anche a seguito delle difficoltà riscontrate a partire dal 1991 nella gestione della Legge 112/91, che ne ha costituito per sette anni il quadro di riferimento. In questo periodo sono stati riscontrati, infatti, difficoltà nella interpretazione delle norme, ad esempio, per quanto attiene alle fiere.

Affidare alle Regioni un ruolo eminentemente programmatico e regolamentare ed ai Comuni compiti esecutivi e gestionali appare in linea con gli indirizzi in materia di decentramento oggi perseguiti.

Alcuni elementi importanti ai fini dello studio devono essere evidenziati:

- è sancita la parità sia in termini di diritti che di doveri degli operatori del commercio su aree pubbliche con gli operatori del commercio su aree private;
- devono essere salvaguardati i diritti acquisiti dagli operatori autorizzati sulla base della previgente disciplina;
- è riconfermato che il commercio su aree pubbliche può essere svolto da persone fisiche e da società di persone;
- l'attività può svolgersi su posteggi dati in concessione per dieci anni o su qualsiasi area, purché in forma itinerante;
- chi ha un'autorizzazione per posteggio può anche svolgere il commercio in forma itinerante, nella sola regione di cui fa parte il Comune sede del posteggio medesimo;
- si applica la nuova segmentazione merceologica in due settori, alimentare ed extra, superando la precedente logica tabellare.

È opportuno sottolineare, inoltre, che in tale disciplina rientra anche la somministrazione di alimenti e bevande effettuata su aree pubbliche (oltreché su quelle private delle quali il Comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte).

Su tale argomento alcuni giuristi hanno cercato di dirimere la confusione in atto tra vendita per asporto e la somministrazione: perché si abbia somministrazione occorre necessariamente che l'area sulla quale avviene il consumo sia appositamente attrezzata, mentre non ha valore ai fini della distinzione l'aspetto della preparazione del prodotto.

L'autorizzazione con posteggio viene concessa dal Comune titolare del posteggio stesso. Nel commercio in forma itinerante, invece, l'autorizzazione viene concessa dal Comune di residenza del richiedente (o dal Comune che ospita la sede, nel caso di società di persone).

Da notare una interessante novità sulla quale occorre effettuare una precisazione: l'articolo 28 del D. Lgs. 114/98, al 15 comma, stabilisce che "al fine di garantire il miglior servizio da rendere ai consumatori, i Comuni possono determinare le tipologie merceologiche dei posteggi nei mercati e nelle fiere". Questo può consentire ai Comuni di gestire in modo efficace ed efficiente le proprie aree pubbliche: precedentemente era consentito determinare le tipologie merceologiche dei posteggi solo per i prodotti alimentari.

Il commercio su aree pubbliche, dunque, deve essere considerato con pari dignità al commercio in sede fissa, ma dotato di caratteristiche peculiari che occorre sempre tenere in considerazione per poter sfruttare al meglio tale attività economica nella programmazione del territorio: può infatti fornire un servizio determinante in aree per altri versi disservite e costituire un importante elemento di attrazione in occasione di festività ed eventi particolari.

Deve, per concludere, essere utilizzato come un importante elemento nella pratica del marketing urbano, mettendo nel loro giusto confine gli elementi di natura puramente burocratica. Questo, però, deve essere praticato con molta attenzione: infatti, il commercio su aree pubbliche non può essere confinato a ruoli residuali e di scarso significato, sia che si tratti del singolo operatore che di una fiera o mercato.

Il Decreto Legislativo apporta indubbiamente una grande semplificazione nel settore; tuttavia gran parte degli effetti sono condizionati dai notevoli poteri delegati alle Regioni.

### 1.3 Il ruolo della Regione

Per quanto riguarda il commercio su aree pubbliche le regioni dovevano:

- emanare le norme relative alle modalità di esercizio, i criteri e le procedure per il rilascio, la revoca e la sospensione, nonché la reintestazione dell'autorizzazione in caso di cessione dell'attività per atto tra vivi o in caso di morte e i criteri per l'assegnazione dei posteggi;
- determinare gli indirizzi in materia di orari;
- stabilire i criteri generali ai quali i Comuni si devono attenere per la determinazione delle aree e del numero dei posteggi da destinare allo svolgimento dell'attività, per l'istituzione, la soppressione o lo spostamento dei mercati che si svolgono quotidianamente o a cadenza diversa, nonché per l'istituzione di mercati destinati a merceologie esclusive;
- stabilire le caratteristiche tipologiche delle fiere e le modalità di partecipazione alle medesime prevedendo in ogni caso il criterio della priorità nell'assegnazione dei posteggi fondato sul più alto numero di presenze effettive.

Come si vede, il ruolo regionale è decisamente ampio e articolato, e i Comuni sono tenuti, nei tempi consentiti, ad approvare i regolamenti locali per dare attuazione alla nuova disciplina.

#### 1.4 Le disposizioni della Regione Puglia

Per il commercio su aree pubbliche è stata approvata la Legge Regione Puglia n° 18 del 24 luglio 2001.

E' prevista, a seguito di conferimento di ampi poteri organizzatori ai Comuni, la redazione di un piano, accompagnato da eventuali regolamenti di fiera o di mercato, infatti l'art. 13 riporta che:

*“1. I Comuni, entro 180 giorni dall'entrata in vigore del presente provvedimento, sentite le associazioni provinciali di rappresentanza dei consumatori e delle imprese del commercio approvano un piano per il commercio sulle aree pubbliche avente validità quadriennale. Il piano può essere aggiornato entro il 31 gennaio di ogni anno, con le stesse modalità previste per la prima adozione.*

*2. Il piano, comprendente le determinazioni comunali di cui all'art. 28 del decreto, prevede obiettivi specifici di sviluppo del commercio su aree pubbliche e di integrazione con gli interventi in materia di commercio su area privata o sede fissa, con particolare riguardo alla politica di promozione e sviluppo dei centri storici, e contiene, in particolare:*

- a) la ricognizione di fiere, mercati e posteggi fuori mercato esistenti o da istituire, trasferire di luogo, modificare o razionalizzare, con relative date ed aree di svolgimento;*
- b) le determinazioni in materia di ampiezza delle aree e numero ed ampiezza dei posteggi, di istituzione di posteggi fuori mercato;*
- c) le eventuali determinazioni di carattere merceologico;*
- d) la definizione di eventuali priorità integrative;*
- e) la definizione di disposizioni a favore di consorzi di operatori;*
- f) le determinazioni in materia di posteggi per operatori appartenenti a categorie particolari di cui all'art. 6, comma 7, lettera b), e produttori agricoli di cui alla legge 59/63;*
- g) le determinazioni in materia di commercio in forma itinerante;*
- h) l'individuazione di aree aventi valore, archeologico, artistico e ambientale nelle quali l'esercizio del commercio è vietato o sottoposto a condizioni particolari;*
- i) la determinazione degli orari di vendita;*
- j) le norme procedurali, ai sensi dell'art. 28, comma 16, del decreto;*
- k) la ricognizione ed il riordino delle concessioni di posteggio;*

l) il riordino e l'eventuale ricostruzione delle graduatorie di presenza;  
m) le eventuali agevolazioni ed esenzioni in materia di tributi ed entrate, ai sensi dell'art. 28, comma 17, del decreto.

3. I Comuni emanano regolamenti per le fiere ed i mercati contenenti:

- a) la cartografia dei posteggi con l'indicazione del loro numero progressivo e dell'eventuale destinazione merceologica;
- b) le modalità di accesso degli operatori al mercato o fiera e la regolazione della circolazione pedonale e veicolare;
- c) le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati;
- d) le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi nelle fiere agli aventi diritto;
- e) le modalità e i divieti da osservarsi nell'esercizio dell'attività di vendita;
- f) le norme atte a promuovere una maggiore informazione e tutela dei consumatori.

4. I regolamenti di cui al precedente comma sono obbligatori per le fiere con oltre 100 posteggi e per i mercati con oltre 50 posteggi.

5. L'esercizio del commercio in forma itinerante può essere interdetto solo in aree previamente determinate nel piano 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 ed aree ove la permanenza degli operatori itineranti non è sottoposta a vincoli temporali, in generale o a determinate condizioni o in particolari orari.

7. La ripartizione per merceologia dei posteggi nelle fiere e nei mercati può essere disposta esclusivamente dal piano di cui al presente articolo e, per le fiere e mercati per i quali sia obbligatorio anche un apposito regolamento, solamente attraverso la specifica individuazione dei posteggi da esso operata.

8. L'istituzione di nuovi posteggi fuori mercato può avvenire solo all'interno del piano e su parere obbligatorio delle associazioni provinciali di rappresentanza delle imprese del commercio.”

A conferma dell'obbligatorietà della redazione del piano per il commercio su aree pubbliche, l'art. 22 dispone che:

“1. Fino alla data di approvazione da parte del Comune del piano per il commercio su aree pubbliche, di cui all'art. 13:

- 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, mercati e posteggi fuori mercato;
- c) non possono essere operate ripartizioni dei posteggi per merceologia;
- d) non possono essere disposte nuove limitazioni al commercio in forma itinerante.

2. Decorso il termine di 180 giorni previsto all'art. 13, comma 1, senza che il Comune abbia approvato la deliberazione di riordino del settore, la Regione Puglia, ai sensi dell'art. 28, comma 18, del decreto, provvede, in via sostitutiva, all'adozione delle misure necessarie, anche a mezzo della nomina di un commissario ad acta.”

## CAPITOLO 2

### I VALORI E LE MODIFICAZIONI QUALITATIVE DEI CONSUMI

#### 2.1 I valori monetari dei consumi

Nel 2001 i consumi delle famiglie a prezzi correnti hanno raggiunto un valore pari a 738.400 milioni di euro. La crescita a prezzi costanti 1995 (depurata dall'inflazione) è stata pari all'uno per cento rispetto all'anno precedente. E', comunque, evidente il calo rispetto all'anno precedente.

*(tabella omessa)*

Nelle tavole seguenti, di fonte ISTAT, sono riportate le spese delle famiglie su base nazionale, sia a prezzi correnti che a valori costanti (1995), per le diverse funzioni di consumo dell'ultimo decennio.

#### 2.2 Le modificazioni qualitative nei consumi

Le dinamiche dei consumi sono in continua evoluzione. Tra i più importanti cambiamenti strutturali, occorre ricordare la variazione dell'incidenza percentuale della spesa alimentare sul totale della spesa delle famiglie che, nel corso degli anni '90, si è ridotta all'incirca di cinque punti percentuali (media Italia a prezzi correnti).

*(tabella omessa)*

Altro fenomeno, che non ha diretta rilevanza nel commercio in sede fissa, ma di cui si deve tenere conto nella programmazione, è l'incidenza crescente dei pasti e delle consumazioni fuori casa sul totale dei consumi alimentari.

*(tabella omessa)*

Solo negli ultimi dieci anni l'incidenza dei consumi fuori casa, come già detto, compiuti essenzialmente presso i pubblici esercizi (bar e ristoranti), è aumentata dell'otto per cento rispetto al totale del consumo alimentare. La spesa alimentare finalizzata al consumo domestico nel 2001 è ridotta al sessantotto per cento del totale.

Questa ultima tendenza si rafforza in due aspetti paralleli:

- l'esigenza crescente del pranzo (soprattutto in modo veloce) fuori casa nell'intervallo di mezzogiorno del lavoro;
- la possibilità, alla portata sempre di un numero crescente di consumatori, di sperimentare nel tempo libero nuove forme di alimentazione e/o ristoro.

Le due tendenze sopra richiamate si inseriscono in un più ampio e generale movimento di contrazione delle dinamiche di crescita dei consumi.

In un contesto in cui la crescita complessiva è sempre più lenta, sono presenti alcuni settori che hanno subito lievitazioni straordinarie negli ultimi 10 anni.

Si tratta di settori legati all'innovazione tecnologica, da un lato, e al concetto di fitness dall'altro. Nel campo tecnologico si fa, naturalmente, riferimento alla telefonia (e in particolar modo ai cellulari), ai lettori di CD rom, ai computer, ai modem, a internet, alle parabole satellitari. Nel fitness, si ricordano gli integratori alimentari, i prodotti di erboristeria, gli abbonamenti a palestre, i viaggi e vacanze, i già menzionati pasti e consumi fuori casa nella loro accezione di gratificazione nel tempo libero.



Da notare che alcuni di questi prodotti, in realtà, sono destinati ad essere soppiantati in breve tempo da nuove tecnologie già all'orizzonte: un esempio è dato dai semplici lettori di CD e dall'emergente tecnologia DVD.

La necessità di soddisfare sempre meglio le esigenze della clientela ha costretto le grandi catene ed i singoli operatori a rivedere e calibrare il proprio assortimento secondo logiche trasversali rispetto alle suddivisioni merceologiche classiche, imperniate sulle vecchie tabelle merceologiche (questo spiega la scelta del Legislatore di creare, nel nuovo contesto normativo, due soli settori: alimentari ed extra).

Ulteriori mutamenti importanti nei comportamenti dei consumatori sono connessi:

- alla diffusione del commercio elettronico, in Italia ancora alle prime fasi di sviluppo;
- alla diffusione di prodotti biologici;
- alla diffusione del commercio equo e solidale.

L'incremento dei consumi tramite commercio elettronico è già evidente, anche se il valore assoluto è ancora contenuto rispetto ai consumi privati complessivi (oggi è stimato poco più dell'uno per cento). La maggior parte degli acquisti è ancora a livello interaziendale (business to business), ma, d'altro canto, la rapidità con la quale internet e gli scambi svolti in rete si stanno sviluppando è sotto gli occhi di tutti.

### 2.3 – I consumi delle famiglie nelle rilevazioni Istat

I consumi dei residenti non hanno più il forte valore programmatico per l'Amministrazione, come per il passato, però costituiscono comunque un importante punto di riferimento. Dalle indagini Istat sui consumi delle famiglie per l'anno 2000, si evince che la spesa media totale risulta nelle regioni meridionali inferiore alle regioni settentrionali: la lettura di questo dato risulta chiara in quanto i consumi sono strettamente correlati al reddito prodotto. Le differenze sostanziali si rilevano nei consumi non alimentari. Gli alimentari invece risultano leggermente superiori al Sud ed in Puglia in particolare.

Spesa media mensile familiare - Anno 2000			
	Italia	Sud	Puglia
Alimentari e bevande	782.840	817.170	825.949
Non alimentare	3.434.004	2.777.708	2.681.564
Totale	4.216.844	3.594.878	3.507.513
FONTE: Istat - Indagine sui consumi delle famiglie (Valori in lire)			

In termini percentuali, nelle aree sopra riportate, la distribuzione della spesa tra settore alimentare e non alimentare, risulta la seguente:

Spesa media mensile familiare - Anno 2000			
	Italia	Sud	Puglia
Alimentari e bevande	18.6	22.7	23.5
Non alimentare	81.4	77.3	76.5
Totale	100.0	100.0	100.0

E' pure vero che la spesa alimentare finalizzata ai consumi domestici è superiore nelle regioni meridionali rispetto al settentrione, ma risulta, di contro, maggiore la spesa per i pasti e consumazioni fuori casa (bar e ristoranti) al nord rispetto al sud.

Spesa media mensile familiare - Anno 2000
---

Pasti e consumazioni fuori casa	ITALIA	RIPARTIZIONI				
		Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud	Isole
	123.669	147.058	162.046	127.729	74.904	85.602
FONTE: Istat - Indagine sui consumi delle famiglie (Valori in lire)						

### 3.4.2 – Analisi tramite indicatori demografici

Utilizzando i dati della popolazione residente nei comuni italiani al 1/1/00, di fonte ISTAT, è possibile analizzare alcune importanti caratteristiche strutturali della stessa.

I giovani fino a 14 anni con il 17,8 % dei residenti sono i più rappresentati. La seconda classe più rappresentata è quella compresa oltre i 65 anni.

Le due fasce di età meno rappresentate sono quelle tra i 45 ed i 54 anni e da 55 anni ai 64.

Gli indicatori utilizzati per i confronti su basi territoriali sono i classici indice di anzianità, indice di ricambio e indice di dipendenza:

- 1) L'indice di anzianità (o indice di vecchiaia) corrisponde al rapporto tra la popolazione degli ultrasessantacinquenni e quella al di sotto dei 14 anni; pondera, quindi, l'incidenza della popolazione anziana nel rapporto con le nuove generazioni: un indice elevato deve essere letto come segnale negativo;
- 2) L'indice di dipendenza evidenzia invece il rapporto tra i residenti di 65 anni ed oltre e quelli compresi tra 25 e 64 anni. Misura l'incidenza della popolazione in età non attiva su quella in età attiva;
- 3) L'indice di ricambio corrisponde al rapporto tra i residenti compresi tra i 15 ed i 24 anni e quelli compresi tra 55 e 64 anni. Consente di valutare la rapidità con cui si attua il ricambio della popolazione attiva, ovvero è il rapporto che indica la capacità della popolazione residente di sostituire con nuovi ingressi nell'età produttiva i pensionati a breve e medio termine.

I confronti tra indici calcolati su base territoriale provinciale, regionale, e sovraregionale, sono riportati nella tabella seguente:

Indici	Italia	Italia Meridionale	Puglia	Provincia di Bari
Indice di vecchiaia	124,5	86,2	87,5	82,2
Indice di dipendenza	47,9	49,4	47,8	47,1
Indice di ricambio	99,9	143,4	142,5	145,6

Nel Comune di Monopoli i dati al dicembre 2003 sono i seguenti:

- **popolazione residente sino a 14 anni: 7729 abitanti;**
- **popolazione residente compresa tra 15 anni e 24 anni: 5.806 abitanti;**
- **popolazione residente compresa tra 25 anni e 64 anni: 27.750 abitanti;**
- **popolazione residente ultrasessantacinquenne: 7536 abitanti;**

I confronti evidenziano un buon peso, in Monopoli, delle classi più giovani di popolazione.

L'indice di vecchiaia risulta essere in linea con quello dell'Italia meridionale e quello regionale, ma più alto di quello provinciale.

L'indice di dipendenza, in linea con l'Italia meridionale, risulta più alto di quello regionale e provinciale.

Le opportunità di ricambio sono nelle medie riscontrate nella provincia, regione ed Italia meridionale.

La predominanza di classi di popolazione in età giovanile e media, consentono di prevedere per i prossimi anni buoni incrementi dei consumi, soprattutto nel settore non alimentare.

## **CAPITOLO 3**

### **LO SVILUPPO DELLE IMPRESE DISTRIBUTIVE**

#### 3.1 Le strategie ed i vincoli

Le imprese della distribuzione, nel corso degli ultimi 30 anni, hanno spostato il baricentro della loro azione strategica. Nel momento in cui gli incrementi dei consumi erano particolarmente elevate (anni '60 e '70) l'attenzione è stata rivolta essenzialmente al prodotto, senza prestare eccessiva cura alla clientela.

Quando, negli anni '80, il trend di crescita dei consumi ha evidenziato i suoi limiti, l'attenzione è stata spostata verso il servizio e verso la fidelizzazione di una clientela più preziosa che in passato. Ma già in quel decennio stavano emergendo le sollecitazioni di carattere ambientale, sulle quali si è sempre più concentrata l'attenzione.

La struttura dei vincoli e delle risorse disponibili in termini di ambiente economico, contesto normativo, forma e caratteri del tessuto urbano, ha prodotto, quindi, nel corso degli anni una pressione in termini di "razionalità ambientale", che ha profondamente influito sul processo di selezione delle varie forme distributive.

D'altro canto, le imprese commerciali hanno risposto alla pressione in vari modi; tramite l'adattamento, l'apprendimento attivo, o anche subendo passivamente il cambiamento in atto.

Le imprese tradizionali o gli esercizi di vicinato secondo la nuova declaratoria, che generalmente operano con esercizi di piccola dimensione ed a conduzione familiare, difficilmente utilizzano funzioni gestionali complesse e pregiate, come il marketing: quindi generalmente la suddivisione tra imprese attive e passive, rispetto alle sollecitazioni del mercato, corrisponde alla divisione tra imprese della media e grande distribuzione e imprese tradizionali.

Questo aspetto assume una rilevanza del tutto peculiare nell'ambito delle zone centrali della città. Di fatto, la grande maggioranza delle imprese ivi ubicate (questo è vero anche per Monopoli) rientra abbondantemente nei 250 metri quadrati di vendita, che rappresentano, come noto, la soglia tra vicinato e medie strutture. Su questo tema si tornerà in modo specifico trattando appunto del Centro urbano e del suo delicato equilibrio.

Un ulteriore aspetto che vale la pena richiamare, trattando le imprese, riguarda l'elevato livello delle fusioni, incorporazioni e alleanze tuttora in corso, che pongono al momento le insegne italiane in una posizione di debolezza.

L'arrivo di gruppi esteri in Italia rappresenta il primo fattore di cambiamento del settore commerciale, questo sia per il periodo trascorso che nei prossimi anni.

#### 3.2 Le dinamiche evolutive dell'apparato distributivo italiano

Gli anni novanta si impongono all'attenzione di chiunque tenti una lettura dei processi intervenuti nel comparto della distribuzione commerciale come un periodo caratterizzato da profonde trasformazioni.

Sono questi gli anni che hanno apportato profonde modifiche al sistema economico produttivo, che hanno avvicinato l'Italia all'Europa, grazie alle nuove regole in materia di scambi ed alla moneta unica.

Il processo di ammodernamento del sistema distributivo ha prodotto, negli anni '80 e buona parte degli anni '90, anche una forte riduzione del numero delle unità di vendita, soprattutto nel settore alimentare. La razionalizzazione dell'offerta comporta sempre un aumento delle superfici medie degli esercizi nel settore alimentare: tale processo ha portato inevitabilmente alla espulsione dal mercato di piccole unità di vendita che solo in parte sono state recuperate attraverso l'ingresso di esercizi della media e grande distribuzione. Tali nuove unità di vendita talvolta provengono dal piccolo dettaglio che, a seguito di operazioni di ristrutturazione aziendale o ingresso in gruppi organizzati, affrontano il mercato con superfici medie più elevate.

## **CAPITOLO 4**

### **ANALISI CONCLUSIVE E PROPOSTE DI LAVORO**

#### 4.1 Considerazioni finali

In quest'ultima fase del lavoro dedicato alle analisi conclusive e proposte si intende trasformare gli studi effettuati in elementi più sintetici che consentano le opportune decisioni e l'emanazione del piano per il commercio su aree pubbliche.

Adeguare gli atti amministrativi alla nuova situazione normativa creatasi con il D. Lgs. Bersani e la Legge Regionale, significa delineare lo sviluppo in tale settore dei prossimi anni.

Uno sviluppo che deve ricercare una congruenza rispetto alla situazione esistente (da cui le analisi di base effettuate) ed introdurre le necessarie innovazioni richieste dal nuovo impianto normativo.

Pare opportuno evidenziare alcuni degli elementi di analisi.

- A) Il numero degli esercizi al dettaglio è, da alcuni anni, in incremento nel Mezzogiorno e nella Puglia in particolare modo. Questo vuole significare che aumentano gli esercizi di vicinato: il trend nel Comune di Monopoli è in linea con quello regionale.
- B) Le analisi demografiche hanno messo in risalto il peso delle classi giovani della popolazione nel territorio. Il "consumatore medio" risulta, pertanto disponibile alla mobilità ed alla ricerca.
- C) La imponente dotazione di pubblici esercizi (n° 227) è indice di una fortissima capacità di attrazione. In tale processo è coinvolto l'intero sistema urbano.

Altri interventi importanti possono essere articolati tramite il commercio su aree pubbliche che, per tale finalità, devono essere articolati con la formula dei mercati o fiere tematici quali antiquariato, artigianato locale, prodotti biologici ed altro o fiere promozionali.

#### 4.2 Il Commercio su aree pubbliche

Il commercio su aree pubbliche ha sempre avuto una grandissima importanza nell'organizzazione della rete distributiva nelle città e nei centri abitati.

Il grande richiamo esercitato sui consumatori, soprattutto dai mercati e dalle fiere, non tende certo a diminuire di intensità, e richiede che il settore venga adeguatamente considerato. Negli anni passati, in effetti, alcuni avevano presagito un declino della loro funzione, a vantaggio dei nuovi formats di vendita a posto fisso, supermercati ed ipermercati in particolare: questo non solo non è avvenuto, ma appare difficile che possa verificarsi in un futuro a noi vicino, a condizione, chiaramente, che i comuni dedichino la dovuta attenzione al settore.

Gli aspetti di differenziazione rispetto alle altre formule di vendita che fanno del commercio su aree pubbliche un riferimento sicuro per gli acquisti delle famiglie sono:

- una politica dei prezzi competitiva in quanto l'operatore commercia con una maggiore elasticità e con costi minori;
- ampia esposizione delle merci che costituiscono una attrattiva particolare per i consumatori;
- massima coincidenza tra i tempi di esposizione/vendita e i tempi di affluenza dei consumatori.

Il commercio su aree pubbliche è sufficientemente rappresentato nel Comune di Monopoli, ma deve essere potenziato nelle contrade più densamente abitate, per assicurare la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale anche nelle zone rurali, per consentire la possibilità di approvvigionamento anche al consumatore lontano dal centro abitato, ed evitare la necessità di mobilità, con conseguente aumento dei costi necessari per l'effettuazione di acquisti anche di prima necessità.

Il problema emergente del settore è l'adeguamento delle aree per il settore alimentare e non alimentare, risultando gli attuali siti del tutto inadeguati, nonché la necessità di una ricognizione delle fiere e dei mercati, ed una regolamentazione degli stessi, mancante da circa 20 anni, con conseguente difficoltà di una individuazione certa dei posteggi istituiti, delle dimensioni degli stessi e degli effettivi assegnatari.

Per tale ragione è solo possibile ricostruire le fiere e i mercati esistenti, nonché i posteggi attualmente occupati sulle aree pubbliche, senza alcun riferimento ai presupposti giuridici che hanno legittimato l'istituzione degli stessi.

Pertanto può dirsi che attualmente nel Comune di Monopoli si svolgono i seguenti mercati e fiere:

A) MERCATO GIORNALIERO PRODOTTI ALIMENTARI

*Piazza XX settembre: n°21 posteggi alimentaristi mt. 6x4 + n°2 posteggi costituiti in strutture fisse costruite da privati;*

B) MERCATO RIONALE PRODOTTI ALIMENTARI

*Via Achille Grandi: n°2 posteggi;*

C) MERCATO RIONALE PRODOTTI ALIMENTARI

*Via V. Veneto: ogni martedì: n°24 posteggi; nei restanti giorni: n°2 posteggi;*

D) MERCATO RIONALE PRODOTTI ALIMENTARI

*Via Verdi: n° 2 posteggi (inutilizzati).*

E) MERCATO SETTIMANALE MERCI VARIE

*Viale delle Rimembranze e strade limitrofe: posteggi n° 330, di cui n° 14 occupati da spuntisti.*

A) FIERE (nel centro abitato):

- *Fiera dell'Annunziata: 25 marzo - Zona murattiana - circa 100 posteggi;*
- *Fiera di Santa Lucia: 13 dicembre - Via Cavour, tratto via Umberto-Cadorna - circa 100 posteggi;*
- *Madonna della Madia: 14-15-16 agosto - circa 100 posteggi in piazza V. Emanuele, via Vasco, Piazza XX settembre, largo Plebiscito, ecc.);*
- *San Cosimo: data variabile – posteggi c.s.;*

Fiere in occasione di altri festeggiamenti, con circa 40 posteggi occupati:

- *Sant'Anna*: il 1° sabato e la 1^ domenica successivi al 26 luglio;
- *Santissimo Rosario*: Piazza XX settembre - 1° fine settimana (sabato e domenica) di ottobre;
- *San Francesco da Paola*: Piazza san Francesco da Paola - sabato e domenica imprecisati del mese di maggio;
- *Sacro Cuore*: Piazza Roma e via Martiri 16 marzo '78 - sabato e domenica di fine maggio;
- *Natale Monopolitano*: circa 100 posteggi, in Piazza Vittorio Emanuele;
- *Fiera dei Fiori - Festa di Sant'Antonio*: 12 e 13 giugno – piazza sant'Antonio e via Diaz;
- *Mercato straordinario di Carnevale*: P.zza Vittorio Emanuele, limitatamente allo stradone centrale - n° 10 posteggi di soli coriandoli, maschere e giochi carnevaleschi.

B) FIERE nelle seguenti contrade, tutte della durata di due giorni – sabato e domenica – in date indeterminabili perché decise dai comitati annualmente, con circa n° 20 posteggi di frutta secca e merci varie):

- *Sicarico* (strada comunale di fronte alla chiesa);
- *Cristo Re* (strada comunale di fronte alla chiesa);
- *Madonna del Rosario* (strada comunale di fronte alla chiesa);
- *San Gerardo* (Piazzale di fronte alla chiesa);
- *Gorgofreddo* (S.P. Castellana – Selva di Fasano e piazzale della Chiesa);
- *Antonelli* (ampio piazzale antistante la Chiesa);
- *Impalata* (ampio piazzale antistante la Chiesa);
- *Santa Lucia* (ampio piazzale antistante la Chiesa);
- *L'Assunta* (ampio piazzale e S.Complanare ovest);
- *San Michele* (Contrada Virbo – strada comunale Virbo);
- *San Michele ai Monti* (Strada Comunale Loggia di Pilato).

A tali fiere e mercati si propone di aggiungere, per le motivazioni sopra esposte, l'istituzione dei seguenti mercati rionali giornalieri, al di fuori della cinta urbana:

*Madonna del Rosario*: n° 5 posteggi, settore alimentare (con esclusione di carni e pesce), piante e fiori;

*Contrada Antonelli*: n° 5 posteggi, settore alimentare (con esclusione di carni e pesce), piante e fiori;

*Contrada impalata*: n° 5 posteggi, settore alimentare (con esclusione di carni e pesce), piante e fiori;

*Contrada L'Assunta*: n° 5 posteggi, settore alimentare (con esclusione di carni e pesce), piante e fiori;

Nonché, per le stesse motivazioni, l'istituzione dei seguenti mercati settimanali, da tenere nelle giornate di domenica, a rotazione, nelle seguenti contrade:

*L'Assunta* - n° 20 posteggi, dolciumi e merci varie;

*Antonelli* - n° 20 posteggi, dolciumi e merci varie;

*Cristo Cozzana* - n° 5 posteggi di merci varie;

e, limitatamente al periodo estivo:

*C.da Lamandia*, località Capitolo, n° 14 posteggi di merci varie e prodotti alimentari, esclusi carni e pesci.

Tale scelta deriva dalla constatazione che trattasi di zone non servite o comunque scarsamente servite da utenze fisse al dettaglio, e la cui densità abitativa è tale da motivare l'esigenza di una erogazione del servizio di somministrazione di merci, per evitare la altrimenti necessaria mobilità della popolazione interessata.

Delle esigenze rappresentate e della necessità della individuazione di una nuova area per il mercato giornaliero e settimanale, derivante, per il primo, da inderogabili

ragioni igienico-sanitarie, connesse all'osservanza dei dettami della Ordinanza del Ministero della Salute del 3 aprile 2002, nonché, per il secondo, da preminenti esigenze di incolumità della popolazione, di sicurezza della circolazione e di garanzia del transito dei mezzi di soccorso (ambulanze e Vigili del fuoco), deriva la necessità di individuare nuove aree mercatali, secondo le previsioni di P.R.G..

In particolare, per il mercato giornaliero, si individuano i realizzandi immobili di via Castellana e via Procaccia.

Sino al completamento degli stessi sarà utilizzata l'area mercatale di Piazza XX settembre, con gli opportuni adeguamenti alle vigenti norme.

Per il mercato settimanale è stata individuata l'area di

a) Via Togliatti – via Pisonio e Piazza Roma;

oppure:

b) Via Verdi;

stante la mancanza di attraversamenti e incroci stradali, e dunque la eliminazione di possibili situazioni di intralcio alla circolazione veicolare e dei mezzi di soccorso.

Altro questione importante da segnalare è la possibilità, già sperimentata in altre realtà territoriali, del coinvolgimento di soggetto privati, tra i quali consorzi o società fra operatori commerciali, nella gestione operativa delle aree per il commercio su aree pubbliche, destinate sia a mercati che fiere. Questo anche in considerazione del fatto che l'Ente Pubblico, in via generale, ha dimostrato scarsa efficienza ed interesse nella gestione delle stesse.

Il coinvolgimento può:

- essere limitato alla gestione dei servizi;
- essere esteso alla messa a disposizione di un'area per lo svolgimento dell'attività.

## **CAPITOLO 5**

### **NORME COMUNALI IN MATERIA DI COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**

#### 1. Ambito di applicazione e finalità

1. Il Comune di Monopoli con l'adozione del presente regolamento disciplina lo svolgimento delle attività commerciali sulle aree pubbliche sul territorio comunale ai sensi e per gli effetti del Titolo X Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n.114 e della Legge Regionale 24 luglio 2001, n. 18, e persegue le seguenti finalità:

- promuovere la modernizzazione del sistema distributivo su aree pubbliche e l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie e forme di vendita;
- assicurare il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
- garantire il principio della libera concorrenza attraverso una pluralità di alternative di scelta per i consumatori;
- valorizzare il Centro Storico e l'Area Commerciale Primaria, promuovendo, anche con successivi atti e provvedimenti, le attività in questo compatibili, quali fiere, fiere promozionali, mostre - mercato ed altre manifestazioni che coinvolgono gli operatori commerciali su aree pubbliche;
- assicurare la trasparenza e snellezza nell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento prevista dalla legge 241/90.

2. Le presenti norme e la Relazione Tecnica costituiscono il "Piano Comunale per il commercio su aree pubbliche" di cui all'art. 13 della Legge Regionale 24 luglio 2001, n.

18.

3. Il piano ha validità di quattro anni a far data dall'entrata in vigore e può essere aggiornato entro il 31 gennaio di ogni anno, come disposto nell'art. 13, comma 1 della legge regionale, con le stesse modalità previste per la prima approvazione.

## 2. Definizioni

1. Ai fini delle presenti norme, si intendono:

- a) per Decreto Legislativo, il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n.114;
- b) per Legge Regionale, la Legge Regionale 24 luglio 2001, n. 18 "Disciplina del commercio su aree pubbliche";
- c) per commercio sulle aree pubbliche, l'attività di vendita di merci al dettaglio e la somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche o sulle aree private delle quali il Comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;
- d) 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 a uso pubblico;
- e) per posteggio, la parte di area pubblica o di area privata della quale il comune abbia la disponibilità che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività commerciale;
- f) per posteggio fuori mercato, ( o isolato o sparso ), il posteggio situato in area pubblica o area privata della quale il comune abbia la disponibilità che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività commerciale;
- g) 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;
- h) per mercato in sede propria, il mercato che ha una suo luogo esclusivo, destinato a tale uso negli strumenti urbanistici, costruito apposta per il commercio con configurazioni edilizie specifiche;
- i) per mercato su strada, il mercato che occupa, per un certo tempo nell'arco della giornata, spazi aperti non predisposti per accoglierlo sui quali si alterna con altre attività cittadine;
- j) per costruzione stabile, un manufatto isolato o confinante con altri che abbiano la stessa destinazione oppure che accolgano servizi o altre pertinenze di un mercato, realizzato con qualsiasi tecnica e materiale;
- k) per negozio mobile, noto anche come automarket, il mezzo immatricolato secondo il codice della strada come veicolo speciale uso negozio;
- l) per banco mobile ( o temporaneo ), le attrezzature di esposizione facilmente smontabili ed asportabili al termine dell'attività commerciale;
- m) per settori merceologici, i settori alimentare e non alimentare di cui al comma 1 dell'art. 5 del Decreto Legislativo;
- n) per categorie merceologiche, le categorie merceologiche utilizzabili per la ripartizione dei posteggi nelle fiere e nei mercati di cui allegato A della Legge Regionale;
- o) per fiera o mercato specializzato o tematico, la fiera o mercato organizzato per la vendita secondo un tema o una categoria merceologica;
- p) 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;
- q) per operatore con posteggio, il soggetto in possesso dell'autorizzazione all'esercizio del commercio su aree pubbliche su posteggi dati in concessione per dieci anni;
  - r) per operatore itinerante, il soggetto in possesso dell'autorizzazione all'esercizio del commercio su qualsiasi area purché in forma itinerante;
  - s) per autorizzazioni di tipo A, le autorizzazioni per l'esercizio del commercio su aree pubbliche mediante l'uso di posteggio, di cui all'articolo 28, comma 1, lettera a), del Decreto Legislativo;
  - t) per autorizzazioni di tipo B, le autorizzazioni per l'esercizio del commercio su aree pubbliche senza l'uso di posteggio e in forma itinerante, di cui all'articolo 28 comma 1, lettera b), del Decreto Legislativo;
  - u) per concessione, l'atto comunale che consente l'utilizzo di un posteggio nell'ambito del mercato o della fiera o di un posteggio fuori mercato;
  - v) per presenze 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;
  - w) per presenze effettive in una fiera, il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato in tale fiera;
  - x) per mercato straordinario, l'edizione aggiuntiva del mercato che si svolge in giorni diversi e ulteriori rispetto a quelli previsti, senza riassegnazione dei posteggi;
  - y) per fiera promozionale si intende la manifestazione commerciale indetta al fine di promuovere e valorizzare i centri storici, specifiche aree urbane nonché attività culturali, economiche e sociali o particolari tipologie merceologiche o produttive;
  - z) per stagione un periodo di tempo, anche frazionato, non inferiore a sessanta giorni e non superiore a centottanta, che può comprendere anche parte dell'anno successivo a quello in cui ha avuto inizio.

### 3. Forme di vendita

1. Possono esercitare il commercio su aree pubbliche i titolari della autorizzazione prevista dall'art. 28 del Decreto Legislativo e gli imprenditori agricoli iscritti al registro delle imprese di cui all'art. 8 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, nei modi e termini stabiliti dall'art. 4 del Decreto Legislativo 18 maggio 2001, n. 228.

2. Il commercio su aree pubbliche può essere svolto:

- su posteggi in aree riservate ai mercati o fuori mercato dati in concessione per dieci anni;
- in forma itinerante.

3. I titolari di autorizzazione e gli imprenditori agricoli di cui al precedente comma 1, possono esercitare il commercio su aree pubbliche anche su posteggi in aree riservate alle fiere o altre manifestazioni dati in concessione per il periodo di tempo di svolgimento delle stesse.

### 4. Obblighi dell'operatore commerciale

1. L'operatore commerciale su aree pubbliche ha l'obbligo di esibire su richiesta degli organi di vigilanza sia l'autorizzazione amministrativa in originale che la concessione del posteggio.

2. Qualora l'attività sia esercitata da un coadiutore, dipendente o socio, questo deve essere anche fornito di atto di delega del titolare.

3. L'operatore commerciale:

- a) deve indicare in modo chiaro e ben leggibile il prezzo per unità di misura. dei prodotti esposti per la vendita mediante l'uso di un cartello applicato su ogni prodotto; quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello;
- b) non può, in nessun caso, rifiutare di vendere, nella quantità richiesta, la merce esposta al pubblico;
- c) deve procedere alla vendita nel rispetto dell'ordine temporale della richiesta.

4. Al titolare della concessione del posteggio è fatto obbligo di:

- occupare solamente l'area data in concessione;
- esporre le merci in modo da non coprire la visuale delle altre attività confinanti;
- asportare gli imballaggi ed ogni genere di rifiuti dopo averli riposti in appositi sacchi a perdere;
- non ingombrare lo spazio riservato per il passaggio degli acquirenti;
- non accendere fuochi all'interno del mercato o della fiera;
- non richiamare gli acquirenti con grida o altre forme sonore;
- non turbare l'ordine del mercato e della fiera;
- osservare e far osservare ai collaboratori tutte le norme igienico sanitarie nell'esercizio della vendita;
- non introdurre cani o altri animali nel mercato o nella fiera;
- di tenere le bilance bene alla vista del pubblico, qualora vendano merce a peso.

5. Il posteggio non dovrà mai rimanere incustodito durante l'orario di vendita.

6. I veicoli per il trasporto della merce e d'altro materiale in uso agli operatori del settore possono sostare sulle aree di mercato purché lo spazio globale occupato rientri nelle dimensioni del posteggio loro assegnato.

7. I banchi e le attrezzature devono essere collocati nello spazio appositamente delimitato.

8. Le tende di protezione dei banchi e quant'altro, avente tale finalità non possono sporgere oltre mt. 0,50 dalla verticale del limite di allineamento e lateralmente di un massimo di cm. 25.

9. Le merci debbono essere esposte all'altezza minima, dal suolo, di cm. 50 e la parte inferiore della copertura deve essere ad almeno mt. 2 dal suolo.

10. Ai soli venditori di calzature, terraglie, piante e fiori, ferramenta, arredamenti, è consentita l'esposizione a terra della merce esposta in vendita.

## 5. Autorizzazione all'esercizio del commercio sulle aree pubbliche con posteggio o di tipo "A"

1. L'autorizzazione per l'esercizio del commercio su aree pubbliche mediante l'uso di posteggio, denominata "TIPO A", è rilasciata dal Comune. Ciascun singolo posteggio è oggetto di distinta autorizzazione.

2. Il rilascio dell'autorizzazione comporta il contestuale rilascio della concessione del posteggio che ha validità di dieci anni, non può essere ceduta se non con l'azienda ed è automaticamente rinnovata alla scadenza, salvo diversa disposizione del Comune che, in tal caso, deve contestualmente conferire, se disponibile, un nuovo posteggio all'operatore.

3. L'autorizzazione di tipo A, oltre all'esercizio dell'attività con uso del posteggio assegnato, consente:

- a) la partecipazione alle fiere, anche fuori regione;
- b) la vendita in forma itinerante nel territorio regionale.

4. Nello stesso mercato un medesimo soggetto, persona fisica o società, non può essere titolare di più di una autorizzazione, e connessa concessione di posteggio, salvo

che sia già titolare di più concessioni di posteggio alla data di entrata in vigore della legge 28 marzo 1991 n. 112 o che si tratti di società di persone cui vengono conferite più aziende per l'esercizio del commercio su aree pubbliche relative a posteggi esistenti nel medesimo mercato.

#### 6. 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 dei mercati, devono essere inoltrate al Comune, con lettera raccomandata con avviso di ricevimento, a seguito di bando contenente l'indicazione dei posteggi, la loro ampiezza e ubicazione, le eventuali determinazioni di carattere merceologico e i criteri di priorità di accoglimento delle istanze, nonché i termini di presentazione delle domande stesse.

2. Entro il 30 aprile e il 30 settembre di ciascun anno, il Comune invia all'Assessorato regionale competente i propri bandi, ai fini della pubblicazione degli stessi sul Bollettino Ufficiale della Regione Puglia entro i successivi trenta giorni.

3. Le domande di rilascio delle autorizzazioni possono essere inoltrate al Comune a partire dalla data di pubblicazione del bando sul Bollettino Ufficiale e devono essere fatte pervenire nel termine massimo di sessanta giorni da essa. Le domande eventualmente pervenute fuori detto termine sono respinte e non danno luogo ad alcuna priorità in futuro. L'esito dell'istanza è comunicato agli interessati nel termine di novanta giorni, decorsi i quali 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 anzianità di presenza nel mercato, determinata in base al numero di volte che l'operatore si è presentato entro l'orario d'inizio previsto;
- b) maggiore anzianità di iscrizione al Registro delle imprese per l'attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche.

5. 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 graduatoria, risultino averne diritto, nel rispetto di quanto disposto al precedente articolo 5, comma 4.

6. 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.

7. Sono escluse dall'applicazione delle procedure di cui ai precedenti commi 1, 2, 3, 4, 5 e 6 le autorizzazioni e concessioni di posteggio relative:

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

#### 7. Autorizzazione per l'esercizio del commercio su aree pubbliche in forma itinerante o di tipo "B"

1. Le autorizzazioni per l'esercizio del commercio su aree pubbliche in forma itinerante, senza assegnazione di posteggio, denominate TIPO B, possono essere rilasciate esclusivamente a persone fisiche residenti nel Comune o, in caso di società di persone, con sede legale nel Comune. Non può essere rilasciata più di una autorizzazione di tipo B allo stesso soggetto, persona fisica o società.

2. L'autorizzazione di tipo B ha validità in tutto il territorio nazionale ed abilita:
- all'esercizio del commercio in forma itinerante in tutto il territorio nazionale, con le eventuali limitazioni previste da ciascun Comune per talune vie o aree e in determinati giorni ed orari;
  - all'esercizio del commercio nell'ambito delle fiere;
  - all'esercizio del commercio nell'ambito dei mercati, limitatamente ai posteggi non assegnati o provvisoriamente non occupati;
  - alla vendita al domicilio del consumatore nonché nei locali ove questi si trovi per motivi di lavoro, di studio, di cura o di intrattenimento o svago.

#### 8. Procedura di rilascio delle autorizzazioni di tipo "B"

1. La domanda di rilascio dell'autorizzazione deve essere inoltrata con lettera raccomandata con avviso di ricevimento o presentata al protocollo comunale e s'intende accolta qualora il comune non comunichi all'interessato il provvedimento di diniego entro il termine di novanta giorni.

2. Nella domanda l'interessato deve dichiarare:

- di essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del Decreto Legislativo;
- il settore o i settori merceologici per i quali richiede l'autorizzazione.

3. Il responsabile del procedimento effettua la comunicazione di avvio entro dieci giorni decorrenti dalla presentazione della domanda ed assicura l'applicazione delle disposizioni previste dalla legge 7 agosto 1990, n. 241 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi) e successive modificazioni.

4. In assenza di determinazioni della Giunta Regionale previste dal comma 3 dell'art. 10 della legge regionale, l'autorizzazione di tipo B deve essere sempre concessa.

#### 9. Reintestazione dell'autorizzazione o subingresso

1. Il trasferimento in gestione od in proprietà, per atto tra vivi o a causa di morte, della azienda commerciale comporta la reintestazione dell'autorizzazione, rispettivamente, in capo al gestore od al nuovo proprietario, sempre che sia provato l'effettivo trasferimento dell'esercizio ed il subentrante sia in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del Decreto Legislativo.

2. Nell'ipotesi di cessione in proprietà o gestione per atto tra vivi dell'attività commerciale corrispondente all'autorizzazione di tipo A, il cessionario provvede a inoltrare al Comune sede del posteggio, entro sessanta giorni, la comunicazione di subingresso sottoscritta anche dal cedente, allegandovi l'autorizzazione originale, copia dell'atto di cessione e l'autocertificazione del possesso dei requisiti soggettivi.

3. Se il cessionario dell'attività non è in possesso, al momento dell'atto di trasferimento dell'azienda, dei requisiti soggettivi previsti, l'esercizio dell'attività commerciale e la reintestazione dell'autorizzazione sono sospesi fino al loro ottenimento, che deve avvenire entro un anno.

4. Nel caso di cessione per causa di morte la comunicazione di cui al comma 2 è effettuata dagli eredi che assumono la gestione dell'impresa, i quali, in mancanza dei requisiti soggettivi, possono continuare l'attività del dante causa per non oltre sei mesi.

5. In ogni caso di subingresso in attività di commercio su aree pubbliche i titoli di priorità acquisiti dal cedente si trasferiscono al cessionario, con esclusione dell'anzianità di iscrizione al Registro delle imprese. La disposizione si applica anche al conferimento in società.

6. Non è ammessa la cessione dell'attività relativamente a uno o alcuni soltanto dei giorni per i quali è autorizzato l'uso del posteggio; la cessione deve essere fatta per tutti i giorni per i quali è stata rilasciata l'autorizzazione.

7. Nel caso di cessione in proprietà o gestione per atto tra vivi dell'attività commerciale corrispondente all'autorizzazione di tipo B, il cessionario provvede, entro sessanta giorni, a inoltrare al proprio Comune di residenza la comunicazione di subingresso sottoscritta anche dal cedente, allegandovi l'autorizzazione originaria, copia dell'atto di cessione e l'autocertificazione del possesso dei requisiti soggettivi. Qualora il Comune di residenza del cessionario sia diverso da quello del cedente, il titolo originario è trasmesso dal primo Comune al secondo per gli adempimenti conseguenti. Si applica anche al subingresso nelle autorizzazioni di tipo B quanto disposto ai commi precedenti 3, 4 e 5.

#### 10. Cambio di residenza

1. Nel caso di cambiamento di residenza del titolare di autorizzazione di tipo A, questi dà comunicazione entro trenta giorni al Comune sede di posteggio, che provvede alle necessarie annotazioni.

2. Nel caso di cambiamento di residenza della persona fisica o di sede legale della società, titolare di autorizzazione di tipo B, l'interessato dà comunicazione entro trenta giorni al Comune di nuova residenza o sede legale, il quale provvede al rilascio della nuova autorizzazione previo ritiro dell'autorizzazione originaria e alla sua trasmissione al Comune di provenienza per gli adempimenti conseguenti. Nella nuova autorizzazione sono annotati gli estremi della precedente ai fini della conservazione della priorità.

#### 11. Posteggi fuori mercato

1. Nel territorio comunale la vendita in posteggi fuori mercato è consentita:

a) per la frutta secca ed olive nelle giornate festive e nelle serate del periodo estivo nelle seguenti località:

- Piazza XX Settembre (n° 5 posteggi);
- Piazza Vittorio Emanuele (n°1 posteggio);
- Corso Pintor Mameli (n°2 posteggi).

A tali ubicazioni si ritiene di poter aggiungere, per l'importanza delle piazze e per servire anche zone più periferiche, le seguenti ulteriori:

- Piazza Milite Ignoto (n° 2 posteggi);
- Piazza Roma (n° 2 posteggi).

b) per la somministrazione di alimenti e bevande mediante automezzi attrezzati, si prevede l'ubicazione nelle seguenti località:

- via Giuseppe Ungaretti (n°2);
- via Vittorio Veneto (n°2);
- via Procaccia (n°3);
- viale Aldo Moro (n°2);
- largo Fontanelle e zona porto (n°3);
- località Capitolo (n°4);
- via Verdi (n°1).

c) per la vendita di frutta secca e prodotti non alimentari nelle giornate festive e nelle serate del periodo estivo nelle seguenti località:

- nella frazione Antonelli con un numero massimo di 8 posteggi.
- nella frazione Cozzana con un numero massimo di 5 posteggi.
- nella frazione Impalata con un numero massimo di 2 posteggi.
- nella frazione L'Assunta con un numero massimo di 5 posteggi.

2. Non costituisce variazione al presente regolamento l'individuazione di ulteriori posteggi fuori mercato permanenti o temporanei riguardanti la somministrazione di alimenti e bevande o la vendita dei seguenti prodotti:

a) fiori, ceri e lumini;

- b) frutta secca e dolciumi;
- c) giocattoli, palloncini, prodotti pirici di libera vendita;
- d) bandiere, gagliardetti, sciarpe e berretti in occasione di avvenimenti sportivi;
- e) bassa bigiotteria;
- f) caldarroste;
- g) angurie e meloni;
- h) articoli e prodotti inerenti le ricorrenze e le festività;
- i) libri;
- j) funghi;
- k) ricci ed altri frutti di mare – se consentiti.

3. I posteggi fuori mercato di cui al precedente comma 2 possono essere individuati in tutto il territorio comunale, sentito il parere delle locali organizzazioni dei commercianti e dei consumatori, che deve essere espresso nei termini indicati dall'ufficio.

4. I posteggi fuori mercato temporanei possono essere concessi ai titolari di autorizzazione per il commercio su aree pubbliche ed ai produttori agricoli per un periodo non superiore a sessanta giorni nell'anno solare. Le concessioni sono rilasciate sulla base dell'ordine cronologico delle domande.

5. Sentito il parere delle locali organizzazioni dei commercianti e dei consumatori, potranno essere concessi posteggi temporanei per la somministrazione di alimenti e bevande e per la vendita di prodotti non alimentari nei pressi e lungo il percorso di accesso al Luna Park, in occasione di festività, o per altri motivi di attrazione.

6. I posteggi fuori mercato permanenti possono essere concessi per un periodo non superiore ad un anno. Le concessioni sono rilasciate sulla base del seguente ordine di priorità:

- riconferma della concessione già assegnata;
- soggetti portatori di handicap;
- maggiore anzianità di iscrizione al Registro delle imprese per l'attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche;
- ordine cronologico di presentazione della domanda.

7. Fatte salve diverse indicazioni o disposizioni, la vendita nei posteggi fuori mercato può essere effettuata con lo stesso orario del commercio a posto fisso. Qualora venga effettuata la somministrazione, di norma, dovrà essere consentito lo stesso orario dei pubblici esercizi.

8. Le istanze per la concessione del posteggio fuori mercato possono essere presentate in qualunque momento.

9. La VI<sup>a</sup> Ripartizione provvede alla collocazione ed al dimensionamento dei posteggi fuori mercato tenendo conto di non arrecare intralci alla circolazione veicolare e pedonale. Qualora sopravvengano motivazioni di pubblico interesse, i posteggi fuori mercato potranno essere diversamente collocati.

## 12. Commercio itinerante

1. L'esercizio del commercio in forma itinerante può essere svolto con l'esposizione della merce esclusivamente sul mezzo adibito al trasporto della stessa ed è consentito a condizioni che la sosta dei veicoli sia compatibile con le disposizioni che disciplinano la circolazione stradale. E' consentito all'operatore itinerante di fermarsi a richiesta del cliente e sostare sull'area pubblica il tempo necessario per servirlo. E' comunque vietata la vendita con l'uso di bancarelle e l'esposizione della merce esternamente al mezzo, integrando tale ipotesi quella del commercio su posteggio senza la prescritta autorizzazione e quindi totalmente abusivo.

2. Il titolare di autorizzazione per il commercio in forma itinerante non può sostare nello stesso punto per più di un'ora. Le soste possono essere fatte solo in punti che distino

fra di loro almeno 500 metri, con divieto di tornare nello stesso punto nell'arco della giornata.

3. Fatta salva una diversa disposizione, l'esercizio del commercio su aree pubbliche in forma itinerante è vietata nell'Area Commerciale Primaria, ovvero nell'area delimitata nella allegata planimetria e che comprende il centro storico e murattiano, per evidenti ragioni connesse alla sicurezza della circolazione stradale.

Nell'Area Commerciale Primaria sono vietate, altresì, altre forme speciali di vendita con uso di automezzo, fatta eccezione per la attività di somministrazione di alimenti e bevande.

4. L'esercizio del commercio su aree pubbliche in forma itinerante è vietato nel raggio di 100 metri dalle sedi dei mercati e delle fiere, nei giorni e nelle ore di svolgimento degli stessi e dalle scuole di ogni ordine e grado.

5. Fatta salva una diversa disposizione, il commercio in forma itinerante può essere svolto osservando gli stessi orari per il commercio in sede fissa. In ogni caso, la determinazione dello stesso sarà stabilita con ordinanza sindacale, sentite le organizzazioni di categoria.

### 13. I mercati e le fiere

1. Ai mercati ed alle fiere si attribuisce il compito di completare e arricchire l'articolazione dell'offerta commerciale, di fungere da elemento di stimolo in termini di tensione concorrenziale, con particolare riguardo al livello dei prezzi.

2. Il mercato giornaliero, il mercato settimanale e le fiere sono disciplinati dai regolamenti riportati nel successivo capitolo VI°.

3. Gli orari di vendita nei mercati e nelle fiere, qualora non determinati nei regolamenti, sono stabiliti con provvedimento Sindacale.

4 La competente Autorità Comunale, con ordinanza, determina le modalità atte a contemperare lo svolgimento dei mercati e delle fiere con le esigenze della circolazione dei veicoli e con tutte le altre esigenze della comunità.

### 14. Fiere promozionali

1. Per Fiera promozionale si intende la manifestazione commerciale che si svolge su aree pubbliche o private di cui il Comune abbia la disponibilità, indetta al fine di promuovere e valorizzare il centro storico o altre aree urbane nonché attività culturali, economiche e sociali o particolari tipologie merceologiche o produttive.

2. Il Comune favorisce lo svolgimento delle manifestazioni di cui al comma precedente promosse da pro-loco, altre istituzioni pubbliche e private, associazioni di categoria degli operatori, comitati feste patronali, consorzi o cooperative di operatori su aree pubbliche.

3. Il Comune ha facoltà di indire in via sperimentale fiere promozionali, sentito il parere delle locali organizzazioni dei commercianti e dei consumatori, che deve essere espresso nei termini indicati dall'ufficio.

4. A tali manifestazioni partecipano gli operatori autorizzati all'esercizio del commercio su aree pubbliche, i soggetti iscritti nel registro delle imprese ed eventualmente, qualora la particolare iniziativa lo richieda, operatori non professionali (hobbysti).

5. La fiera promozionale è gestita dal Comune che, nelle forme prescelte, assicura l'espletamento delle attività di carattere istituzionale e l'erogazione dei servizi relativi al suo funzionamento.

6. Il Comune rilascia la concessione giornaliera del posteggio della fiera promozionale sulla base di una graduatoria, distinta per categorie di operatori e categoria

merceologica, formulata a seguito di pubblicazione del bando Comunale, tenendo conto dei seguenti criteri, in ordine di priorità:

- maggiore numero di presenze effettive sulla Fiera promozionale;
- anzianità di iscrizione nel registro delle Imprese;
- ordine cronologico di presentazione delle domande, riferito alla data di spedizione della domanda.

7. Il bando di cui al precedente comma 6, deve essere pubblicato all'Albo Pretorio ed opportunamente pubblicizzato nonché comunicato alle Associazioni di Categoria interessate almeno 30 giorni prima della data stabilita per l'inizio della presentazione delle domande e 60 giorni prima dello svolgimento della Fiera Promozionale. Nel caso di prima edizione della fiera promozionale, i suddetti termini possono essere ridotti, così come nel caso di esigenze improvvise ed eccezionali riconosciute e motivate.

8. Gli orari di vendita nelle fiere promozionali sono stabiliti con provvedimento Sindacale.

9. La competente Autorità Comunale, con ordinanza, determina le modalità atte a contemperare lo svolgimento delle fiere promozionali con le esigenze della circolazione dei veicoli e con tutte le altre esigenze della comunità.

10. E' ammesso l'affidamento della gestione di parte o dell'intera manifestazione alla azienda di promozione turistica, pro-loco, altre istituzioni pubbliche e private, associazioni di categoria degli operatori, consorzi o cooperative di operatori su aree pubbliche.

11. Nei casi di cui al precedente comma resta ferma l'esclusiva competenza del Comune al rilascio delle concessioni agli operatori.

12. Le norme del presente articolo non si applicano alle manifestazioni a carattere culturale, religioso, politico, benefico e similari. In tali occasioni è soggetta esclusivamente al rispetto delle norme igienico sanitarie l'attività di vendita dei beni e prodotti attinenti la manifestazione stessa, nonché la somministrazione di alimenti e bevande, purché curata direttamente dai promotori dell'iniziativa e quest'ultima sia stata preventivamente autorizzata. Qualora talune attività di vendita o somministrazione siano affidate dai promotori a soggetti terzi, questi devono essere in possesso delle prescritte autorizzazioni amministrative.

#### 15. concessione del posteggio e tassa relativa alla Occupazione di suolo pubblico

1. La concessione del posteggio nei mercati ha validità di dieci anni. Essa non può essere ceduta se non con l'azienda ed è automaticamente rinnovata alla scadenza, salvo diversa disposizione del Comune che, in tal caso, deve contestualmente conferire, se disponibile, un nuovo posteggio all'operatore.

2. Le concessioni di posteggio sono assoggettate al pagamento della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche.

#### 16. Produttori agricoli

1. La concessione dei posteggi nei mercati ai produttori agricoli ha durata massima annuale e può essere rinnovata; il periodo della concessione deve essere correlato a quello di produzione dei beni da esitare alla vendita.

2. La concessione dei posteggi è effettuata in base al seguente ordine di priorità:

- maggior numero di presenze nel mercato di cui trattasi;
- vendita di prodotti di tipo biologico, opportunamente certificata;
- anzianità di iscrizione nel registro delle Imprese.

4. E' motivo di revoca dell'autorizzazione e della concessione del posteggio il porre in vendita prodotti in difformità da quanto stabilito ai commi 1 e 4 dell'art. 4 del Decreto Legislativo 18 maggio 2001, n. 228.



5. I produttori agricoli che effettuano la vendita in forma itinerante sono soggetti alle stesse disposizioni degli operatori commerciali su aree pubbliche.

6. Nell'esercizio dell'attività di vendita, i produttori agricoli sono tenuti ad osservare le limitazioni ed i divieti stabiliti dal presente regolamento nonché le norme poste in via generale dalla disciplina del commercio a tutela del consumatore quali quelle in materia di pubblicità dei prezzi dei prodotti esposti.

#### 17. Rilascio delle concessioni di posteggio nelle fiere

1. Coloro che intendono partecipare alle fiere devono far pervenire al Comune, almeno sessanta giorni prima della data fissata, istanza di concessione di posteggio indicando gli estremi dell'autorizzazione con la quale s'intende partecipare e la merceologia principale trattata. L'istanza è inoltrata con lettera raccomandata con avviso di ricevimento o presentata al protocollo comunale.

2. Alle fiere possono partecipare gli operatori su aree pubbliche provenienti dall'intero territorio nazionale.

3. E' concessa la facoltà di richiedere in una sola domanda la partecipazione a più o tutte le fiere tenute nel Comune.

4. E' concessa la facoltà all'operatore ricompreso nella graduatoria degli assegnatari del posteggio nell'anno precedente, a condizione che abbia effettivamente partecipato alla fiera, di chiedere l'assegnazione d'ufficio del posteggio in tale anno occupato.

5. Il Comune, decorso il termine per l'inoltro delle istanze, redige la graduatoria degli aventi diritto, tenuto conto, nell'ordine, dei seguenti criteri:

- anzianità di presenza effettiva, intesa come il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato nella fiera;
- anzianità di iscrizione al Registro delle imprese;
- soggetti portatori di handicap;
- ordine cronologico di spedizione dell'istanza.

6. Qualora i posteggi delle fiere sono divisi per merceologia, è redatta una distinta graduatoria per ciascun gruppo di posteggi individuato.

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

8. Gli operatori che intendono opporsi hanno a disposizione sette giorni, a partire dalla data di affissione, per formulare motivata richiesta di revisione della graduatoria al Dirigente responsabile.

9. Sulla base della graduatoria il Comune provvede alla assegnazione del posteggio agli operatori che si siano avvalsi della facoltà di cui al precedente comma 4.

10. Nel periodo intercorrente tra l'affissione della graduatoria e lo svolgimento della fiera gli operatori che non si sono avvalsi della facoltà di cui al precedente comma 4, sono convocati, secondo l'ordine di graduatoria, per la scelta e l'assegnazione del posteggio tra quelli disponibili.

11. La concessione di posteggio o l'assegnazione temporanea, di cui al successivo comma 4 dell'art.18, non può essere rilasciata a coloro che abbiano commesso violazioni di particolare gravità, o nel caso di recidiva, nell'ambito delle manifestazioni fieristiche tenute nel comune negli ultimi tre anni.

#### 18. Assegnazione temporanea di posteggi .

1. L'assegnazione temporanea dei posteggi occasionalmente liberi o in attesa di assegnazione dei mercati è effettuata dal Comune di volta in volta tenendo conto dei seguenti criteri, indipendentemente dai prodotti trattati:

- 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;
  - anzianità di iscrizione al Registro delle imprese per l'attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche.
2. L'assegnazione temporanea dei posteggi riservati ai soggetti di cui all'articolo 6, comma 7 della legge regionale, avviene, in primo luogo, a favore dei medesimi.
3. Non si fa luogo ad assegnazione temporanea nel caso di posteggi occupati da box e altre strutture fisse.
4. L'assegnazione nelle fiere 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:
- inserimento di coloro che, pur avendo inoltrato istanza di partecipazione non sono risultati tra gli aventi diritto, seguendo l'ordine di graduatoria;
  - inserimento degli altri operatori presenti, secondo i seguenti criteri:
  - anzianità di presenza effettiva, intesa come il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato nella fiera;
  - anzianità di iscrizione al Registro delle imprese;
  - soggetti portatori di handicap.

#### 19. Registrazione e computo delle presenze

1. A cura del personale di vigilanza sarà tenuto un registro per ogni mercato. In tale registro, oltre alle presenze degli operatori concessionari del posteggio, saranno annotate, in apposita sezione, le presenze degli operatori abituali frequentatori non concessionari di posteggio.
2. A cura del personale di vigilanza sarà tenuto un registro per ogni fiera. In tale registro, oltre alle presenze degli operatori assegnatari del posteggio, saranno annotate, in apposita sezione, le presenze degli operatori non assegnatari di posteggio. Gli operatori non assegnatari saranno riportati presenti, solo se in quel giorno avranno occupato un posteggio.
3. Il computo delle presenze nei mercati e nelle fiere è effettuato con riferimento non all'operatore, bensì all'autorizzazione con la quale esso partecipa o ha richiesto di partecipare.
4. Qualora l'operatore assegnatario del posteggio temporaneo di cui ai commi 1 e 4 del precedente art. 18, sia in possesso di più autorizzazioni valide per la partecipazione, indica, all'atto dell'annotazione delle presenze, con quale di essa intende partecipare.

#### 20. Migliorie e riassegnazione a seguito di ristrutturazione o spostamenti dei mercati

1. Quando si rende libero un posteggio o esistano posteggi non ancora occupati nei mercati, prima di effettuare la nuova assegnazione, si procede al riordino del settore merceologico e ad eventuali trasferimenti.
2. La possibilità di spostamento in altro posteggio di cui al primo comma è comunicata mediante circolare agli ambulanti interessati, i quali potranno presentare domanda entro i 10 (dieci) giorni successivi. Nell'autorizzare lo spostamento si terrà conto della affinità merceologica e della anzianità di presenza al mercato.
3. Al di fuori degli spostamenti previsti dal presente articolo, non sono autorizzabili scambi di posteggi fra operatori.
4. Espletate tali procedure, si dà avvio al procedimento per all'assegnazione del posteggio come stabilito al precedente art. 6.
5. In caso di ristrutturazione o spostamento del mercato si deve garantire l'adeguata sistemazione di tutti i titolari di posteggio possibilmente nelle stesse posizioni precedentemente assegnate o, in alternativa, in base ad accordo tra gli stessi operatori.

## 21. Sanzioni

1. Chiunque eserciti il commercio sulle aree pubbliche senza la prescritta autorizzazione o fuori dal territorio previsto dalla autorizzazione stessa, nonché senza l'autorizzazione o il permesso di cui all'articolo 28, commi 9 e 10 del Decreto Legislativo, è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 2.582,00 euro a 15.493,00 euro e con la confisca delle attrezzature e della merce.

2. Il coadiutore, dipendente o socio di società che svolga attività di vendita in luogo del titolare sfornito di delega dello stesso titolare e/o e del titolo originale dell'autorizzazione, come disposto all'articolo 4, comma 5 della legge regionale, è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 2.582,00 euro a 15.493,00 euro e con la confisca delle attrezzature e della merce.

3. Chiunque pone in vendita nelle fiere e nei mercati prodotti diversi da quelli eventualmente previsti per il posteggio assegnato è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 516,00 euro a 3.098,00 euro.

4. E' punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 258,00 euro a 1.549,00 euro:

- a) il subentrante nell'autorizzazione, in possesso dei previsti requisiti soggettivi, che inizi a esercitare l'attività prima di aver provveduto a inoltrare al Comune le comunicazioni previste agli articoli 7 e 8, comma 6 della Legge Regionale;
- b) il titolare di autorizzazione che, in caso di cambio di residenza, omette di darne comunicazione al Comune nel termine di trenta giorni previsto all'articolo 7, comma 6 e all'articolo 8, comma 5 della Legge Regionale;
- c) l'operatore in forma itinerante che viola il disposto dell'articolo 8, comma 3 della Legge Regionale, in tema di periodo massimo di permanenza nel medesimo punto;
- d) l'operatore in forma itinerante che esercita nei giorni o periodi in cui l'attività è stata interdetta ai sensi dell'articolo 18, comma 5 della Legge Regionale;
- e) l'operatore che, invitato a ritirare il titolo autorizzatorio convertito, non vi provvede nel termine di novanta giorni dall'invito, come previsto all'articolo 23, comma 3 della Legge Regionale.

5. Fatto salvo quanto previsto nei precedenti commi 1, 2, 3 e 4 e nell'art. 29 del Decreto Legislativo, le violazioni delle presenti norme e dei regolamenti dei mercati e fiere, di cui ai successivi Titoli, sono punite con l'applicazione della sanzione amministrativa nella misura da 50,00 euro a 300,00 euro.

6. Per gli effetti di cui al comma 1 dell'art. 29 del Decreto Legislativo, non fa parte delle attrezzature oggetto di confisca il veicolo utilizzato per il trasporto dei prodotti posti in vendita, anche se sosta nello stesso posteggio.

7. Nei casi in cui è previsto che si debba procedere alla vendita o distruzione delle cose sequestrate o confiscate, esse devono essere distrutte qualora il loro valore non superi i 500 euro. Equivale alla distruzione delle cose sequestrate o confiscate la devoluzione di esse ai fini assistenziali o di beneficenza a favore di soggetti, aventi o meno personalità giuridica, che perseguono tali fini.

8. Per l'accertamento delle sanzioni e la contestazione delle infrazioni, la notifica dei verbali, la procedura di pagamento e la riscossione coattiva, si applicano le norme di cui alla legge 24/11/81, n. 689 e successive variazioni ed integrazioni.

9. Le competenze in materia di violazioni alle norme sul commercio su aree pubbliche sono del Comune; spettano al Comune i proventi derivanti dai pagamenti delle relative sanzioni.

## 22. Revoca e sospensione dell'autorizzazione

1. L'autorizzazione viene revocata:

- a) nel caso in cui il titolare non risulti più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2 del Decreto Legislativo.
- b) nel caso in cui il titolare non inizia l'attività entro sei mesi dalla data dell'avvenuto rilascio materiale, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
- c) nel caso di subingresso qualora l'attività non venga ripresa entro un anno della data dell'atto di trasferimento dell'azienda o dalla morte del dante causa;
- d) nel caso di mancato utilizzo del posteggio in ciascun anno solare per periodi di tempo complessivamente superiori a quattro mesi o qualora il posteggio venga utilizzato per un numero di giornate inferiore ai due terzi di quelle consentite nell'anno solare, salvo il caso di assenza giustificata per malattia, gravidanza o servizio militare. I periodi di non utilizzazione, ricadenti nell'anno, del posteggio concesso al subentrante non in possesso dei requisiti per poterli ottenere non sono computati ai fini della revoca.

2. Il Comune, avuta notizia di uno dei motivi di revoca, la comunica all'interessato fissando un termine di trenta giorni per le eventuali controdeduzioni decorso il quale adotta il provvedimento di revoca.

3. Nei casi di particolare gravità o di recidiva di cui all'articolo 29, comma 3, del Decreto Legislativo, può essere disposta la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni. 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. La sospensione è disposta dal Comune con lo stesso provvedimento con il quale viene irrogata la sanzione amministrativa. Nel caso di pagamento in misura ridotta della sanzione, la sospensione è disposta con separato provvedimento.

# **REGOLAMENTO DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**

## **CAPITOLO 6 REGOLAMENTAZIONE COMUNALE**

### **TITOLO I°**

#### **REGOLAMENTO DEL MERCATO GIORNALIERO ALIMENTARE**

##### **ART. 1**

###### **( DEFINIZIONE DEL MERCATO )**

1. I Mercati, così come elencati all'art.13 comma 2, sono un bene immobile appartenente al demanio pubblico del Comune in cui sono collocati posteggi attrezzati a "posto fisso" che vengono dati in concessione decennale od operatori commerciale con provvedimenti autorizzativi all'occupazione del suolo pubblico per esercitarvi la vendita al minuto dei prodotti del settore alimentare.

- I posteggi riservati agli operatori sono stati precisati innanzi, e vengono identificati secondo le planimetrie e tavole allegate, nelle quali è indicata la categoria merceologica per la quale è consentita la vendita.

##### **ART. 2**

###### **( ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI )**

1. Le concessioni dei posteggi presso i Mercati agli operatori commerciali sono rilasciate, in base alle disposizioni di cui ai precedenti art. 5 e 6.

2. Le concessioni dei posteggi presso il Mercato ai produttori agricoli sono rilasciate, in base alle disposizioni di cui al precedente art. 16.

3. Nel trasferimento degli operatori commerciali che esercitano nelle aree mercatali si tiene conto di quanto disposto dalla vigente normativa. Ove necessario, eventuali criteri sussidiari potranno essere stabiliti con provvedimento di Giunta Comunale.

##### **ART. 3**

###### **( GESTIONE DEL MERCATO )**

1. Gli immobili di proprietà comunale sono mantenute in condizioni di funzionalità da parte del Comune che ne cura la manutenzione e conservazione, fatta eccezione per quanto posto a carico dei concessionari nei commi successivi e salvo intese fra Comune

ed operatori commerciali del mercato, oggetto di apposita convenzione, con cui tutti o parte degli interventi del Comune potranno essere effettuati dagli operatori stessi.

2. Il concessionario ha l'obbligo di allestire ed attrezzare a proprie spese il posteggio per la vendita dei generi previsti dall'autorizzazione e risultanti dalla concessione del posteggio, conformandosi alle disposizioni tecniche ed igienico - sanitarie vigenti;

3. Il Comune potrà approvare apposita convenzione con associazioni degli operatori concessionari o di categoria degli operatori, Consorzi o Cooperativa di operatori su aree pubbliche per la gestione dei servizi relativi al funzionamento del mercato.

4. Nel caso di cui al precedente comma 7, resta ferma l'esclusiva competenza del Comune nel rilascio delle autorizzazioni e concessioni dei posteggi.

#### ART. 4

##### ( OBBLIGHI DEL CONCESSIONARIO DEL POSTEGGIO )

1. Al titolare della concessione del posteggio presso il Mercato è fatto obbligo di:

- occupare il posteggio in concessione solo con merci, oggetti ed attrezzature strettamente necessarie alla vendita; le merci dovranno essere esposte in modo da non coprire la visuale delle altre attività confinanti;
- non ingombrare lo spazio riservato per il passaggio degli acquirenti;
- non richiamare gli acquirenti con grida o altre forme sonore;
- non turbare l'ordine del Mercato;
- osservare e far osservare ai collaboratori tutte le norme igienico sanitarie nell'esercizio della vendita;
- di tenere le bilance bene alla vista del pubblico;
- conservare in buono stato il banco di vendita, gli oggetti, le attrezzature ed il pavimento di propria pertinenza. Gli eventuali danni provocati dal titolare, dai suoi familiari, dai suoi dipendenti, collaboratori o dai soci dovranno essere riparati immediatamente a spese del concessionario di posteggio.

2. Il posteggio non dovrà mai rimanere incustodito durante l'orario di vendita.

3. I Rifiuti devono essere riposti negli appositi contenitori per essere ritirati dagli addetti al servizio. Ogni operatore ha l'obbligo di provvedere autonomamente alla raccolta del materiale di scarto derivato dalla vendita, nell'osservanza dei dettati normativi relativi alla raccolta differenziata. Gli operatori del settore "pesce", inoltre, devono provvedere, per gli scarti relativi alla propria attività, ad avvalersi obbligatoriamente del servizio di raccolta differenziata comunale, quando istituito.

4. Con l'uso del posteggio il concessionario assume tutte le responsabilità verso terzi derivanti da doveri, ragioni e diritti connessi all'esercizio dell'attività.

#### ART. 5

##### ( RESPONSABILITÀ )

1. Il Comune non assume responsabilità per danni, sottrazioni e deperimenti dei prodotti, furti di attrezzature o altro, che dovessero comunque verificarsi.

2. Il Comune non è responsabile per danni a cose o persone, operatori commerciali o frequentatori, che possono verificarsi all'interno dell'area mercatale.

#### ART. 6

##### ( ORARI )

1. I giorni di apertura del Mercato giornaliero, così come gli orari di vendita verranno determinati con provvedimento del Sindaco.

#### ART. 7

##### ( DIVIETO DI ACCESSO AGLI AUTOMEZZI )

1. All'interno dell'area mercatale, durante le ore di attività, è proibita la circolazione di ogni automezzo o veicolo, anche per il trasporto merci, ad esclusione dei mezzi per la pulizia dell'area appartenenti al Servizio Igiene Urbana. Non sono da considerarsi veicoli i presidi sanitari per i portatori di handicap, anche se a motore.

2. Lo scarico e carico delle merci destinate ai punti di vendita verrà effettuato in orario antecedente l'inizio delle vendite e dopo il termine delle stesse.

#### ART. 8

##### ( ONERI FINANZIARI A CARICO DEI CONCESSIONARI DI POSTEGGIO )

1. I titolari di concessione di posteggio presso il Mercato dovranno provvedere al pagamento del canone di concessione del posteggio nella misura e nei modi stabiliti annualmente dal Comune.

#### ART. 9

##### ( DECADENZA E REVOCA DELLA CONCESSIONE DEL POSTEGGIO )

1. La concessione del posteggio presso il Mercato decade al verificarsi di uno dei seguenti casi:

- nel caso in cui il titolare non inizia l'attività entro 30 giorni dalla data dell'avvenuto rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
- nel caso di mancata apertura dell'attività di vendita al pubblico nei giorni lavorativi e nel rispetto dell'orario stabilito, salvo giustificati motivi quali: malattia, gravidanza, o ferie (per quest'ultima fattispecie è concesso un massimo di 30 giorni lavorativi all'anno) che devono essere giustificate mediante la presentazione agli uffici competenti di relativa documentazione. In mancanza si applicheranno le prescrizioni di cui all'art. 9 della Legge Regionale.

#### ART. 10

##### ( OBBLIGHI DEL CONCESSIONARIO NEL CASO DI DECADENZA O REVOCA )

1. In caso di decadenza o revoca, il concessionario è tenuto, entro il termine assegnato dal Comune, a lasciare libero il posteggio.

2. Scaduto il termine assegnato, ove sul posteggio permangono attrezzature, merci od altro, sarà disposta la loro rimozione con spese, comprese quelle per il trasporto e la custodia, a carico del concessionario revocato o decaduto.

#### ART. 11

##### ( TENUTA E CONSULTAZIONE DEL RUOLINO DI MERCATO )

1. Presso l'ufficio Commercio deve essere tenuto a disposizione degli operatori e di chiunque ne abbia interesse, la planimetria di mercato con l'indicazione dei posteggi, nonché la Pianta organica (Ruolino) con indicati i dati di assegnazione di ogni concessione, la superficie assegnata, la data di scadenza.

2. Ogni qualvolta siano assunti provvedimenti comunali al riguardo, l'ufficio Commercio ha l'obbligo di provvedere all'aggiornamento del Ruolino.

3. Copia della planimetria e del Ruolino è depositata presso il Comando di Polizia municipale per il Servizio di Vigilanza.

#### ART. 12

##### ( REGISTRAZIONE DELLE PRESENZE )

1. A cura del personale di vigilanza sarà tenuto il registro del mercato nel quale saranno annotate le presenze degli operatori concessionari del posteggio.

#### ART. 13

( REVOCA DEL POSTEGGIO PER MOTIVO DI PUBBLICO INTERESSE )

1. Le concessioni del posteggio sono revocabili in qualsiasi momento per motivi di pubblico interesse senza oneri per il Comune.

#### ART. 14

( COMMISSIONE DEL MERCATO – OSSERVATORIO DEI PREZZI )

1. Le iniziative di promozione e pubblicizzazione delle attività operanti nel Mercato nel suo complesso sono svolte dalla Commissione del Mercato.

2. La Commissione ha durata di due anni ed è composta da cinque membri, di cui due rappresentanti gli operatori concessionari di posteggio e da questi nominati, due rappresentanti indicati dalle locali organizzazioni dei consumatori ed un rappresentante indicato dalle locali associazioni di categoria dei commercianti.

3. Componente onorario è il Sindaco o suo delegato.

4. La Commissione nella sua prima riunione definisce le modalità di organizzazione della propria attività, di organizzazione del proprio lavoro e nomina un rappresentante nei rapporti con i terzi.

5. Ogni decisione relativa alle problematiche del Mercato, che non attengono i rapporti con l'Amministrazione Comunale, sono prese a maggioranza degli operatori concessionari, con il coordinamento della Commissione stessa.

6. La Commissione è interlocutore con l'Amministrazione Comunale in tutte le problematiche inerenti il mercato ed il suo funzionamento e si adopera, in rapporto con gli Uffici competenti, affinché venga garantito il pieno rispetto delle norme del presente regolamento.

7. Tale commissione svolgerà anche funzione di Osservatorio dei prezzi.

### **TITOLO II°**

#### **REGOLAMENTO DEL MERCATO SETTIMANALE**

#### ART. 15

( LOCALIZZAZIONE E CONFIGURAZIONE )

1. Il mercato settimanale si svolge il martedì in viale Rimembranza e vie limitrofe per la vendita di prodotti del settore non alimentare, sino alla predisposizione di altra area, individuata con il presente piano nella zona di:

a) Via Togliatti - Via Pisonio e Piazza Roma;

oppure:

b) Via Verdi.

2. La planimetria allegata riporta il numero, collocazione e dimensioni dei posteggi.

3. Nel caso in cui il giorno di svolgimento di un mercato settimanale ricada in una festività riconosciuta a tutti gli effetti di legge, esso deve essere anticipato al giorno precedente, se quest'ultimo è anche festivo il mercato deve essere posticipato al giorno feriale successivo.

#### ART. 16

( ORARIO DEL MERCATO )

1. Salvo diversa disposizione del Sindaco, l'orario di vendita ha inizio alle ore 8 e termina alle ore 13.

2. L'allestimento delle attrezzature inizia un'ora prima dell'apertura. L'area occupata deve essere completamente sgomberata entro un'ora dall'orario di chiusura delle vendite così che possa essere ripristinato l'uso non mercatale delle stesse.



3. Non è permesso sgombrare il posteggio nel mercato prima dell'orario di chiusura delle vendite, se non per gravi intemperie od in caso di comprovata necessità; nel qual caso ogni operatore commerciale è tenuto a facilitare il transito di sgombero.

#### ART. 17

##### ( SISTEMAZIONE DELLE ATTREZZATURE DI VENDITA )

1. I banchi e le attrezzature devono essere collocati nello spazio appositamente delimitato.

2. Le tende di protezione dei banchi e quant'altro, avente tale finalità non possono sporgere oltre mt. 0,50 dalla verticale del limite di allineamento e lateralmente di un massimo di cm. 25.

3. Le merci debbono essere esposte all'altezza minima, dal suolo, di cm. 50 e la parte inferiore della copertura deve essere ad almeno mt. 2 dal suolo.

4. Ai soli venditori di calzature, terraglie, piante e fiori, ferramenta, arredamenti, è consentita l'esposizione a terra della merce esposta in vendita.

5. Non è permesso ostruire ingressi di abitazioni e di negozi.

6. In ogni caso deve essere assicurato il passaggio di automezzi di pronto soccorso.

#### ART. 18

##### ( CIRCOLAZIONE E SOSTA DEGLI AUTOMEZZI )

1. In orario di vendita è vietata la circolazione dei veicoli nell'area destinata al mercato, fatti salvi i mezzi di emergenza. E', inoltre, vietata la sosta dei veicoli nei tratti liberi.

2. I veicoli per il trasporto della merce e d'altro materiale in uso agli operatori del settore possono sostare sulle aree di mercato, purché lo spazio globale occupato rientri nelle dimensioni del posteggio loro assegnato.

#### ART. 19

##### ( TENUTA E CONSULTAZIONE DEL RUOLINO DI MERCATO )

1. Presso l'ufficio Commercio deve essere tenuto a disposizione degli operatori e di chiunque ne abbia interesse, la planimetria di mercato con l'indicazione dei posteggi, nonché la pianta organica (Ruolino) con indicati i dati di assegnazione di ogni concessione, la superficie assegnata, la data di scadenza.

2. Ogni qualvolta siano assunti provvedimenti comunali al riguardo, l'ufficio commercio ha l'obbligo di provvedere all'aggiornamento del Ruolino.

3. Copia della planimetria e del Ruolino è depositata presso il Comando di Polizia municipale per il Servizio di Vigilanza.

#### ART. 20

##### ( REGISTRAZIONE DELLE PRESENZE )

1. A cura del personale di vigilanza sarà tenuto il registro del mercato. In tale registro, oltre alle presenze degli operatori concessionari del posteggio, saranno annotate, in apposita sezione, le presenze degli operatori abituali frequentatori non concessionari di posteggio.

2. Gli abituali frequentatori saranno riportati se presenti all'ora di inizio delle vendite, anche se in quel giorno non avranno occupato nessun posteggio.

#### ART. 21

##### ( ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI )

1. Le concessioni dei posteggi presso il mercato settimanale agli operatori commerciali sono rilasciate, in base alle disposizioni di cui ai precedenti artt. 5 e 6.

#### ART. 22

##### ( ASSEGNAZIONE TEMPORANEA DI POSTEGGI )

1. I concessionari dei posteggi non presenti all'ora di inizio delle vendite non potranno più accedere alle operazioni mercatali e saranno considerati assenti, senza che possano richiedere la restituzione delle tasse pagate.

2. L'assegnazione temporanea dei posteggi occasionalmente liberi, di cui al precedente comma 1, o in attesa di assegnazione è effettuata dal personale addetto alla vigilanza di volta in volta tenendo conto dei seguenti criteri, indipendentemente dai prodotti trattati:

- 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;
- anzianità di iscrizione al Registro delle imprese per l'attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche.

3. L'assegnazione temporanea dei posteggi riservati ai soggetti di cui all'articolo 6, comma 7 della legge regionale, avviene, in primo luogo, a favore dei medesimi.

#### ART. 23

##### ( MIGLIORIE E RIASSEGNAZIONE A SEGUITO DI RISTRUTTURAZIONE O SPOSTAMENTI )

1. Quando si rende libero un posteggio o esistano posteggi non ancora occupati, prima di effettuare la nuova assegnazione, si procede al riordino del settore merceologico e ad eventuali trasferimenti.

2. La possibilità di spostamento in altro posteggio di cui al primo comma è comunicata mediante circolare agli ambulanti interessati, i quali potranno presentare domanda entro i 10 (dieci) giorni successivi. Nell'autorizzare lo spostamento si terrà conto della affinità merceologica e della anzianità di presenza al mercato.

3. Al di fuori degli spostamenti previsti dal presente articolo, non sono autorizzabili scambi di posteggi fra operatori.

4. Espletate tali procedure, si dà avvio al procedimento per all'assegnazione del posteggio come stabilito al precedente art. 6.

5. In caso di ristrutturazione o spostamento del mercato si deve garantire l'adeguata sistemazione di tutti i titolari di posteggio possibilmente nelle stesse posizioni precedentemente assegnate o, in alternativa, in base ad accordo tra gli stessi operatori.

#### ART. 24

##### ( CONCESSIONE DEL POSTEGGIO E CANONE RELATIVO ALLA OCCUPAZIONE DI SUOLO PUBBLICO )

1. La concessione del posteggio agli operatori commerciali nel mercato settimanale ha validità di dieci anni, non può essere ceduta se non con l'azienda ed è automaticamente rinnovata alla scadenza, salvo diversa disposizione del Comune che, in tal caso, deve contestualmente conferire, se disponibile, un nuovo posteggio all'operatore.

2. Le concessioni di posteggio sono assoggettate al pagamento della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche.

#### ART. 25

##### ( REVOCA DELLA CONCESSIONE DEL POSTEGGIO )

1. La concessione del posteggio presso il mercato settimanale è revocata al verificarsi di uno dei seguenti casi:

- nel caso in cui il titolare non inizia l'attività entro sei mesi dalla data dell'avvenuto rilascio materiale, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
- nel caso di subingresso qualora l'attività non venga ripresa entro un anno dalla data dell'atto di trasferimento dell'azienda o dalla morte del dante causa;
- revoca dell'autorizzazione commerciale;
- nel caso di mancato utilizzo del posteggio in ciascun anno solare per periodi di tempo complessivamente superiori a quattro mesi, salvo il caso di assenza giustificata per malattia, gravidanza o servizio militare. I periodi di non utilizzazione, ricadenti nell'anno, del posteggio concesso al subentrante non in possesso dei requisiti per poterlo ottenere non sono computati ai fini della revoca.

#### ART. 26

( REVOCA DEL POSTEGGIO PER MOTIVO DI PUBBLICO INTERESSE )

1. Le concessioni del posteggio sono revocabili in qualsiasi momento per motivi di pubblico interesse senza oneri per il Comune.

#### ART. 27

( MODALITÀ DI VENDITA )

1. Al titolare della concessione del posteggio è fatto obbligo di:

- occupare il solamente l'area data in concessione;
  - esporre le merci in modo da non coprire la visuale delle altre attività confinanti;
  - asportare gli imballaggi ed ogni genere di rifiuti;
  - non ingombrare lo spazio riservato per il passaggio degli acquirenti;
  - non accendere fuochi all'interno del mercato;
  - non richiamare gli acquirenti con grida o altre forme sonore;
  - non turbare l'ordine del mercato;
  - osservare e far osservare ai collaboratori tutte le norme igienico sanitarie nell'esercizio della vendita;
  - non introdurre cani o altri animali nel mercato;
  - di tenere le bilance bene alla vista del pubblico, qualora vendano merce a peso.
- Il posteggio non dovrà mai rimanere incustodito durante l'orario di vendita.

#### ART. 28

( SUBINGRESSO )

1. Il subingresso nella titolarità dell'azienda comporta il passaggio della concessione del posteggio al subentrante.

### TITOLO III°

## REGOLAMENTO DELLE FIERE

#### ART. 29

( LOCALIZZAZIONE E CONFIGURAZIONE )

1. Nel territorio del Comune si svolgono le fiere indicate nella relazione tecnica, e di cui alle allegate planimetrie, con indicazione del numero di posteggi e delle tipologie di prodotti.

La Polizia Municipale, tenendo conto del regolare svolgimento di tutte le particolari iniziative di volta in volta programmate nell'area in occasione delle due festività, provvede alla esatta collocazione dei posteggi.

2. Nelle fiere è consentita la vendita di prodotti alimentari e non alimentari e la somministrazione di alimenti e bevande.

#### ART. 30

##### ( ORARIO DELLE FIERE )

1. I giorni di svolgimento e l'orario delle fiere sono stabiliti con provvedimento del Sindaco.

2. L'allestimento delle attrezzature inizia un'ora prima dell'apertura. L'area occupata deve essere completamente sgomberata entro un'ora dall'orario di chiusura delle vendite così che possa essere ripristinato l'uso non mercatale delle stesse.

3. Non è permesso sgombrare il posteggio nel mercato prima dell'orario di chiusura delle vendite, se non per gravi intemperie od in caso di comprovata necessità; nel qual caso ogni operatore commerciale è tenuto a facilitare il transito di sgombero.

#### ART. 31

##### ( SISTEMAZIONE DELLE ATTREZZATURE DI VENDITA )

1. I banchi e le attrezzature devono essere collocati nello spazio appositamente delimitato.

2. Le tende di protezione dei banchi e quant'altro, avente tale finalità non possono sporgere oltre mt. 0,50 dalla verticale del limite di allineamento e lateralmente di un massimo di cm. 25.

3. Le merci debbono essere esposte all'altezza minima, dal suolo, di cm. 50 e la parte inferiore della copertura deve essere ad almeno mt. 2 dal suolo.

4. Ai soli venditori di calzature, terraglie, piante e fiori, ferramenta, arredamenti, è consentita l'esposizione a terra della merce esposta in vendita.

5. Non è permesso ostruire ingressi di abitazioni e di negozi.

6. In ogni caso deve essere assicurato il passaggio di automezzi di pronto soccorso.

#### ART. 32

##### ( CIRCOLAZIONE E SOSTA DEGLI AUTOMEZZI )

1. In orario di vendita è vietata la circolazione dei veicoli nell'area destinata al mercato, fatti salvi i mezzi di emergenza. E', inoltre, vietata la sosta dei veicoli nei tratti liberi.

2. I veicoli per il trasporto della merce e d'altro materiale in uso agli operatori del settore possono sostare sulle aree della fiera, purché lo spazio globale occupato rientri nelle dimensioni del posteggio loro assegnato.

#### ART. 33

##### ( REGISTRAZIONE DELLE PRESENZE )

1. A cura del personale di vigilanza sarà tenuto il registro della fiera. In tale registro, oltre alle presenze degli operatori assegnatari del posteggio, saranno annotate, in apposita sezione, le presenze degli operatori non assegnatari di posteggio.

2. Gli operatori non assegnatari saranno riportati presenti, solo se in quel giorno avranno occupato un posteggio.

#### ART. 34

##### ( ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI )

1. Coloro che intendono partecipare alla fiera devono far pervenire al Comune, almeno sessanta giorni prima della data fissata, istanza di concessione di posteggio indicando gli estremi dell'autorizzazione con la quale s'intende partecipare e la merceologia principale trattata. L'istanza è inoltrata con lettera raccomandata con avviso di ricevimento o presentata al protocollo comunale.

2. Alla fiera possono partecipare gli operatori su aree pubbliche provenienti dall'intero territorio nazionale ed i produttori agricoli.

3. E' concessa la facoltà all'operatore ricompreso nella graduatoria degli assegnatari del posteggio nell'anno precedente, a condizione che abbia effettivamente partecipato alla fiera, di chiedere l'assegnazione d'ufficio del posteggio in tale anno occupato.

4. Il Comune, decorso il termine per l'inoltro delle istanze, redige la graduatoria degli aventi diritto, tenuto conto, nell'ordine, dei seguenti criteri:

- anzianità di presenza effettiva, intesa come il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato nella fiera;
- anzianità di iscrizione al Registro delle imprese;
- soggetti portatori di handicap;
- ordine cronologico di spedizione dell'istanza.

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

6. Gli operatori che intendono opporsi hanno a disposizione sette giorni, a partire dalla data di affissione, per formulare motivata richiesta di revisione della graduatoria al Dirigente responsabile.

7. Sulla base della graduatoria il Comune provvede alla assegnazione del posteggio agli operatori che si siano avvalsi della facoltà di cui al precedente comma 3.

8. Nel periodo intercorrente tra l'affissione della graduatoria e lo svolgimento della fiera gli operatori che non si sono avvalsi della facoltà di cui al precedente comma 3, sono convocati, secondo l'ordine di graduatoria, per la scelta e l'assegnazione del posteggio tra quelli disponibili.

#### ART. 35

##### ( ASSEGNAZIONE TEMPORANEA DI POSTEGGI )

1. I concessionari dei posteggi non presenti all'ora di inizio delle vendite non potranno più essere ammessi alla fiera e saranno considerati assenti, senza che possano richiedere la restituzione delle tasse pagate.

2. L'assegnazione 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:

- inserimento di coloro che, pur avendo inoltrato istanza di partecipazione non sono risultati tra gli aventi diritto, seguendo l'ordine di graduatoria;
- inserimento degli altri operatori presenti, secondo i seguenti criteri:
- anzianità di presenza effettiva, intesa come il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato nella fiera;
- anzianità di iscrizione al Registro delle imprese;
- soggetti portatori di handicap.

#### ART. 36

##### ( CONCESSIONE DEL POSTEGGIO E CANONE RELATIVO ALLA OCCUPAZIONE DI SUOLO PUBBLICO )

1. La concessione del posteggio nella fiera ha validità solo per il giorno di svolgimento della stessa.

2. Le concessioni di posteggio sono assoggettate al pagamento della tassa di occupazione spazi ed aree pubbliche.

#### ART. 37

( REVOCA DEL POSTEGGIO PER MOTIVO DI PUBBLICO INTERESSE )

1. Le concessioni del posteggio sono revocabili in qualsiasi momento per motivi di pubblico interesse senza oneri per il Comune.

#### ART. 38

( MODALITÀ DI VENDITA )

1. Al titolare della concessione del posteggio è fatto obbligo di:

- occupare il solamente l'area data in concessione;
  - esporre le merci in modo da non coprire la visuale delle altre attività confinanti;
  - asportare gli imballaggi ed ogni genere di rifiuti;
  - non ingombrare lo spazio riservato per il passaggio degli acquirenti;
  - non accendere fuochi all'interno della fiera;
  - non richiamare gli acquirenti con grida o altre forme sonore;
  - non turbare l'ordine della fiera;
  - osservare e far osservare ai collaboratori tutte le norme igienico sanitarie nell'esercizio della vendita;
  - non introdurre cani o altri animali nella fiera;
  - di tenere le bilance bene alla vista del pubblico, qualora vendano merce a peso.
2. Il posteggio non dovrà mai rimanere incustodito durante l'orario di vendita.

### **TITOLO IV**

### **DISPOSIZIONI VARIE E FINALI**

#### ART. 39

( AREE PRIVATE )

1. Qualora uno o più soggetti mettano a disposizione del Comune un'area privata per lo svolgimento di un mercato o di una fiera, essa può essere inserita tra le aree destinate a tale attività.

2. Il Comune può accogliere la richiesta previa verifica dell'idoneità dell'area e delle altre condizioni generali stabilite dalla legge regionale.

3. Nel caso in cui al precedente comma 1, 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.

#### ART. 40

( GESTIONE DEI SERVIZI )

1. I mercati e le fiere sono gestiti dal Comune che assicura l'attività istituzionale e la erogazione dei servizi.

2. Per la valorizzazione e la promozione di fiere e mercati specializzati o aventi particolare rilievo promozionale o turistico, il Comune può 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 e associazioni culturali, anche prevedenti l'affidamento di fasi organizzative e di gestione della iniziativa.

3. Nel caso di cui al precedente comma 2, resta ferma l'esclusiva competenza del Comune per la ricezione delle istanze di partecipazione e la definizione delle graduatorie.

#### ART. 41

( NORME IGIENICO - SANITARIE PER LA VENDITA DEI GENERI ALIMENTARI )

1. La vendita e la somministrazione dei generi alimentari è soggetta alla vigilanza ed al controllo dell'autorità sanitaria.

2. Nei termini previsti dall'art. 11 dell'Ordinanza del Ministero della Sanità del 3 aprile 2002, le aree pubbliche e le attrezzature di vendita devono possedere le caratteristiche previste dalla stessa.

#### ART. 42

( ATTIVITÀ PROPOSITIVA, ISTRUTTORIA, ESECUTIVA E DI VIGILANZA )

1. L'attività propositiva, istruttoria ed esecutiva preordinata all'esercizio delle funzioni di competenza del Comune derivanti da leggi dello Stato e della Regione vengono espletate dall'ufficio Commercio.

2. L'attività di vigilanza e la direzione dei mercati è affidata alla Polizia Municipale.

#### ART. 43

( NORMA TRANSITORIA )

1. I posteggi eventualmente liberi nel mercato settimanale alla data di approvazione del presente regolamento sono assegnati, previo avviso pubblico e nei limiti del 5% del totale dei posteggi, a soggetti portatori di handicap. I posteggi sono assegnati secondo l'ordine cronologico di spedizione dell'istanza.

#### ART.44

( NORMA FINALE )

1. Per quanto non espressamente previsto valgono le indicazioni e le disposizioni nazionali, regionali e comunali in materia.