

# DOCUMENTO PROGRAMMATICO SU AREA PUBBLICA

Allegato alla

## **Delibera di Consiglio Regionale 19 febbraio 2003, n. 139<sup>(1)</sup>.**

*(1) Pubblicata nel B.U. Lazio 19 aprile 2003, n. 11, S.O. n. 3.*

### **Adozione Documento Programmatico per il commercio su Aree Pubbliche.**

Il Consiglio regionale

VISTO il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, che ha disciplinato la riforma del settore del commercio attribuendo alle Regioni compiti di programmazione della rete distributiva;

VISTA la L.R. 18 novembre 1999, n. 33, e successive modifiche che ha dato attuazione alle disposizioni del suddetto decreto legislativo, introducendo nel sistema giuridico-amministrativo del comparto un complesso normativo essenzialmente di natura programmatoria, riferito sia alla fase regime che alla fase di prima applicazione;

VISTO l'art. 33, concernente l'adozione da parte della Regione Lazio del Documento programmatico per il commercio su aree pubbliche con il quale sono definiti i criteri generali per l'individuazione delle aree da destinare all'esercizio del commercio su aree pubbliche, con riferimento alle diverse tipologie dei mercati, delle fiere e per lo svolgimento dell'attività in forma itinerante, nonché i criteri per la determinazione delle aree mercatali, l'istituzione, la soppressione, l'ampliamento e lo spostamento dei mercati, il rilascio dell'autorizzazione in forma itinerante, gli orari, le tipologie delle fiere e le modalità di partecipazione ad esse;

VISTO l'art. 64, che stabilisce che tale Documento è adottato secondo le procedure e nei termini previsti dall'art. 56 e previa consultazione degli enti e delle organizzazioni indicate nell'art. 12, comma 1, in esso richiamato;

VISTO in particolare l'art. 13, comma 1, che considera ai fini della programmazione commerciale i seguenti ambiti territoriali:

- a) area metropolitana omogenea coincidente con il Comune di Roma;

b) aree sovracomunali configurabili come unico bacino di utenza così distinte:

- 1) provincia di Frosinone;
- 2) provincia di Latina;
- 3) provincia di Rieti;
- 4) provincia di Roma, escludendo il Comune di Roma;
- 5) provincia di Viterbo;

VISTO inoltre il titolo III, capo II, della suddetta L.R. n. 33/1999 e successive modifiche che definisce l'attività di vendita al dettaglio su aree pubbliche;

VISTO l'art. 36-bis, relativo all'istituzione, lo spostamento ed ampliamento dei mercati aventi superficie non inferiore ai 2.500 mq;

VISTO l'art. 29, dal comma 3 al 12 relativo allo svolgimento della Conferenza di servizi richiamata nel suddetto art. 36-bis;

VISTA la Delib.G.R. 27 dicembre 2000, n. 2618, concernente le direttive procedurali ai fini dell'applicazione delle disposizioni della L.R. 18 novembre 1999, n. 33, e successive modifiche per quanto concerne lo svolgimento dei lavori della Conferenza di servizi medesima;

VISTA l'allegata nota prot. n. 11377 del 1.08.2002, con la quale è stata inviata agli Enti/Organizzazioni di cui al menzionato art. 12 copia della bozza del Documento programmatico relativo al Commercio su aree pubbliche al fine di prendere visione a presentare anticipatamente eventuali osservazioni e suggerimenti;

VISTA l'allegata nota prot. 12501 del 12.09.2002, di convocazione e di trasmissione della menzionata bozza delle organizzazioni sindacali di categoria al fine di procedere ad un primo esame di tale Documento e per la formulazione di eventuali osservazioni e suggerimenti al riguardo;

VISTA l'allegata nota prot. n. 13203 del 27.09.2002 di convocazione per il giorno 7.10.2002 di tutti i soggetti dei quali il più volte menzionato art. 12 prevede la consultazione formale, al fine dell'ulteriore approfondimento del citato Documento, nel corso della quale gli interventi hanno espresso parere sostanzialmente favorevole pur formulando alcune osservazioni;

VISTE le allegate note n. 13623 del 15.10.2002 della FIVA Confcommercio, n. 13625 del 9.10.2002 dell'ANVA Conferscenti, n. 13985 del 15.10.2002 dell'ACLI, con le quali sono state formulate considerazioni di carattere generale, osservazioni e suggerimenti su alcuni aspetti del Documento programmatico di cui trattasi;

VALUTATE le osservazioni pervenute;

PRESO ATTO che non sono pervenute note da parte degli altri enti e organizzazioni consultate;

VISTO l'allegato A Documento programmatico, di cui all'art. 33 della L.R. n. 33/1999 e successive modifiche, che forma parte integrante del presente provvedimento, il quale, in conformità alle indicazioni della programmazione socio-economica e territoriale vigenti in materia, definisce gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali, tenuto conto delle caratteristiche degli àmbiti territoriali fissati nell'art. 13, nonché quella rete commerciale, senza, peraltro, stravolgere i delicati assetti di equilibrio delle diverse forme di distribuzione, anche in considerazione dell'esigenze dei consumatori e dell'evoluzione dei mercati, avendo come obiettivo anche la riqualificazione dei centri storici;

RITENUTO che siano state formalmente espletate le procedure consultive, secondo quanto disposto dall'articolo 64 e dagli artt. 56 e 12, comma 1, ad esso collegati, della più volte citata L.R. n. 33/1999, e successive modifiche secondo cui la Giunta regionale propone al Consiglio il Documento programmatico di cui all'art. 33 previa consultazione degli enti e delle organizzazioni di categoria e, pertanto, rappresentativo di tutte le componenti istituzionali e le forze sociali interessate al positivo sviluppo della rete distributiva laziale;

RITENUTO, pertanto, di dover adottare l'allegato A Documento programmatico relativo al commercio su aree pubbliche;

VISTO l'articolo 12, comma 3, che stabilisce che fino alla data di pubblicazione della revisione del documento programmatico continua ad applicarsi quello precedente;

#### **Delibera**

- Sulla scorta delle premesse di approvare il testo allegato A del Documento programmatico per il commercio su aree pubbliche previsto dall'art. 33 della L.R. 18 novembre 1999, n. 33 e successive modifiche, che forma parte integrante del presente provvedimento, in conformità alle indicazioni della programmazione socio-economica e territoriale vigenti a livello regionale.

Il presente provvedimento è pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio.

Il presente provvedimento è efficace dalla data della sua pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio.

Posta ai voti la deliberazione è approvata a maggioranza.

## **Allegato A**

DOCUMENTO PROGRAMMATICO PER IL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE  
(Articolo 33 legge regionale 18 novembre 1999, n. 33 e successive modifiche)

### **1. DEFINIZIONI**

Ai fini del presente documento programmatico per il commercio su aree pubbliche si intendono:

- a) per decreto il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore commercio;
- b) per legge la legge regionale 18 novembre 1999, n. 33, nel testo vigente, recante la disciplina relativa al settore commercio;
- c) per Documento il documento programmatico per il commercio su aree pubbliche previsto dall'articolo 33 della legge;
- d) per àmbiti territoriali quelli definiti dall'articolo 13, comma 1, della legge;
- e) per Conferenza di servizi quella prevista dagli articoli 36-bis e 29 della legge;
- f) per posteggi disponibili quelli derivanti dall'istituzione di nuovi mercati, dell'ampliamento di quelli esistenti, da cessazione di attività, da decadenza e/o revoca della concessione e/o dell'autorizzazione;
- g) per ampliamento di un mercato o di una fiera l'aumento del numero dei posteggi;
- h) per modifica della tipologia di un mercato o di una fiera la modifica di una o più delle caratteristiche previste dal presente documento;
- i) per ampliamento merceologico l'inserimento nella gamma dei prodotti appartenenti al solo settore, alimentare o non alimentare, già autorizzato di prodotti rientranti nell'altro settore non autorizzato.

## 2. FINALITÀ E VALIDITÀ DEL DOCUMENTO

Il presente Documento, redatto ai sensi dell'articolo 33 della legge, ha validità triennale e definisce i criteri generali per l'individuazione delle aree da destinare all'esercizio del commercio su aree pubbliche, con riferimento alle diverse tipologie dei mercati, delle fiere e per lo svolgimento delle attività in forma itinerante, tenendo conto delle caratteristiche degli àmbiti territoriali, dei comuni con popolazione residente inferiore a 3.000 abitanti e dei centri storici, nonché della popolazione residente e fluttuante e della densità della rete distributiva.

Il presente Documento continua ad applicarsi, ai sensi degli articoli 34 e 12, comma 3, della legge, fino alla data di pubblicazione della sua revisione.

Il presente Documento ha validità dal giorno della sua pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione.

Sono, comunque, sempre fatti salvi i diritti acquisiti dagli operatori già autorizzati alla data di pubblicazione del presente documento sul Bollettino Ufficiale della Regione.

## 3. INDIRIZZI GENERALI

I comuni di ogni ambito territoriale devono, nello svolgimento delle funzioni relative al commercio su aree pubbliche, tendere a:

a) migliorare il servizio per i consumatori, con particolare attenzione all'ubicazione ed alla tipologia dell'offerta, salvaguardando l'equilibrio con altre forme di distribuzione, promuovendo, altresì, l'integrazione del commercio su aree pubbliche con quello su aree private;

b) mirare ad un assetto della rete del commercio su aree pubbliche adeguato alle esigenze delle popolazione, alle caratteristiche socio-economiche ed ambientali del territorio, con particolare riferimento alle zone periferiche e degradate, ove il commercio può costituire strumento di recupero urbano, ed alla salvaguardia dei centri storici, alla consistenza dei flussi turistici;

c) sviluppare ed ammodernare il commercio su aree pubbliche nelle sue varie forme, anche itinerante, favorendo le iniziative imprenditoriali del settore;

d) potenziare l'offerta del commerciale specie nei comuni con popolazione residente inferiore a 3.000 abitanti, nelle zone rurali, insulari e montane;

e) adeguare l'attività del commercio su aree pubbliche nelle sue varie forme alle vigenti norme di igiene, sanità e sicurezza;

f) valorizzare la produzione agricola ed artigianale locale, regionale e tipica nelle zone residenziali sottoservite;

g) riqualificare la rete distributiva esistente, dotando i mercati di servizi igienici e di adeguati impianti per l'allacciamento alla rete elettrica, idrica e fognaria in conformità alle norme igienico - sanitarie ed a quelle sulla sicurezza;

h) promuovere la costituzione di cooperative e/o consorzi tra gli operatori dei mercati giornalieri per la gestione dei servizi mercatali, con la partecipazione delle organizzazioni sindacali di categoria più rappresentative a livello nazionale, anche al fine di garantire l'economica custodia e pulizia dei servizi igienici. I comuni potranno prevedere forme di gestione più ampie delle strutture mercatali da parte di tali cooperative e/o consorzi, prevedendo, tra l'altro, la possibilità di esecuzione di opere di manutenzione ordinaria e/o straordinaria e la realizzazione all'interno dell'area di attività promozionali;

i) promuovere una maggiore informazione assicurando la tutela dei consumatori, relativamente ai prodotti venduti e/i somministrati;

l) promuovere apposite campagne divulgative anche attraverso la sottoscrizione di protocolli di intesa per valorizzare la qualità dei prodotti venduti e contribuire al contenimento dei prezzi.

#### **4. DISPOSIZIONI NORMATIVE DI CARATTERE GENERALE**

Le autorizzazioni per l'esercizio del commercio su aree pubbliche con posteggio e in forma itinerante sono rilasciate dai comuni di ogni àmbito secondo le procedure, le modalità e i tempi previsti dal Titolo III, Capo II della legge.

Le autorizzazioni per l'esercizio della vendita su aree pubbliche con posteggio dei prodotti tipici stagionali sono rilasciare esclusivamente nei periodi dal 1° giugno al 30 settembre per la vendita dei prodotti tipici stagionali estivi e dal 15 ottobre al 15 marzo per i prodotti tipici stagionali autunnali e/o invernali.

Ai fini dell'istituzione, della soppressione, dell'ampliamento, dello spostamento e della modifica della tipologia dei mercati e dei posteggi al di fuori di essi o isolati, nonché delle fiere i comuni di ogni àmbito si attengono alle indicazioni del presente Documento.

Per tutto quanto non previsto dal presente Documento, si applicano le disposizioni della legge, ad esclusione di quelle contenute nel Titolo V, Capo II, articoli da 57 a 62, 64 e 65 che non sono più applicabili dalla data di pubblicazione del presente Documento.

Le autorizzazioni cosiddette "anomale", rilasciate nel corso degli anni dal Comune di Roma con implicita concessione di suolo pubblico, sono da considerarsi anch'esse a posto fisso di tipo A e quindi da parte del Comune di Roma non è necessario nessun altro atto né concessorio né di modifica delle autorizzazioni, se non la conversione del titolo ai sensi del decreto legislativo n. 114/1998, mantenendo i posteggi e le zone indicate nelle stesse autorizzazioni.

Sono da considerarsi ricomprese nella categoria delle autorizzazioni "anomale", sopra citate, anche quelle della ex Rotazione Unica della Zona di Roma ex delibera del Comune di Roma n. 41/84.

## 5. MERCATI

### 5.1 Tipologie di mercati

A) In riferimento alla cadenza temporale dell'attività di vendita, i mercati sono distinti in:

- 1) mercati quotidiani, con merceologie alimentari e/o non, che si svolgono per almeno cinque giorni alla settimana;
- 2) mercati settimanali, con merceologie alimentari e/o non, che si svolgono in uno o più giorni di ogni settimana in un numero inferiore a cinque;
- 3) mercati mensili, con merceologie alimentari e/o non, che si svolgono in uno o più giorni del mese ma non in ogni settimana;

4) mercati stagionali quotidiani o settimanali la cui attività è limitata ad un solo periodo, individuato dal Comune tenuto conto della produzione agricola e delle presenze della popolazione fluttante, per uno o più anni.

B) In riferimento alla merceologia, i mercati si distinguono in:

- 1) mercati alimentari destinati alla vendita di una ampia gamma di tali prodotti;
- 2) mercati non alimentari destinati alla vendita di una ampia gamma di tali prodotti;
- 3) mercati misti, dove sono venduti prodotti appartenenti al settore alimentare e non;
- 4) mercati specializzati destinati alla vendita esclusiva di particolari merceologie appartenenti al settore alimentare o non alimentare, individuate nel Comune.

I comuni possono, altresì, istituire mercati straordinari specializzati destinati prevalentemente alla vendita di oggetti rientranti e/o assimilabili a generi di antiquariato, oggetti usati, hobbistica, oggetti da collezione. Con il provvedimento istitutivo, i comuni possono disciplinare la partecipazione a detti mercati anche di operatori che esercitano l'attività commerciale in modo professionale diversi dai titolari di autorizzazione amministrativa per il commercio su aree pubbliche, di artigiani, nonché di operatori che non esercitano l'attività commerciale in modo professionale e che vendono beni ai consumatori in modo del tutto sporadico ed occasionale. Detti operatori partecipano ai mercati di cui al punto B)4, fino ad un massimo di tre volte l'anno. A questi ultimi operatori non è richiesta l'autorizzazione amministrativa alla vendita, ma debbono essere in possesso di apposito tesserino personale di riconoscimento, assolutamente non cedibile, rilasciato di volta in volta dal Comune, dove siano riportati, oltre ai dati relativi alle generalità ed alla residenza del titolare, l'ubicazione del mercato, i giorni e l'orario di svolgimento, il posteggio assegnato ed ogni altro dato ritenuto necessario dal Comune medesimo, che redige apposito elenco. Il complesso delle disposizioni e delle norme che disciplinano l'istituzione e l'accesso al mercato, lo svolgimento e le modalità dell'attività di vendita si applicano a tutti gli operatori del mercato stesso. Resta fermo l'obbligo del rispetto delle vigenti disposizioni di settore relative al comparto di appartenenza dei singoli operatori, nonché di quelle poste a tutela dei beni di interesse artistico, culturale, storico, archeologico e delle opere di pittura, di scultura e di grafica.

C) In riferimento alla struttura, i mercati si distinguono in:

- 1) mercati scoperti mobili composti da posteggi destinati a banchi o ad attrezzature mobili consentite dalle disposizioni vigenti, ubicate in aree idonee in base alle disposizioni del punto 5.2 del presente Documento, rese pedonali esclusivamente nell'orario di svolgimento dell'attività e dotati di adeguati impianti e servizi igienici

anche mobili, di cui uno destinato a disabili; i banchi dovranno essere smontati completamente al termine delle operazioni di vendita;

2) mercati scoperti totalmente o parzialmente fissi, composti da posteggi destinati ad attrezzature mobili consentite dalle disposizioni vigenti o a box, ubicati in aree pedonali, idonee in base alle disposizioni del punto 5.2 del presente Documento, dotati di impianti adeguati e con servizi igienici in muratura, di cui uno destinato ai disabili; tali mercati possono essere dotati di box destinati a deposito;

3) mercati scoperti o coperti realizzati in apposite aree recintate o in strutture ubicate in aree idonee in base alle disposizioni del punto 5.2 del presente Documento, denominati plateatici attrezzati, composti da posteggi per banchi o box, dotati di almeno due servizi igienici per il pubblico, di cui uno destinato ai disabili, di allaccio fognario, idrico ed elettrico, nonché di alcuni locali per deposito;

4) mercati coperti realizzati in apposite strutture attrezzate ubicate in aree idonee in base alle disposizioni del punto 5.2 del presente Documento, composti da box, dotati di un servizio igienico per il pubblico per ogni cinque box, di cui almeno uno destinato ai disabili, di locali per il deposito delle attrezzature e per il rimessaggio della merce rispondenti alle vigenti norme igienico-sanitarie. Tali mercati possono essere integrati con attività di somministrazione di alimenti e bevande, rivendite di quotidiani e periodici, attività artigianali compatibili con le funzioni annonarie;

5) mercati coperti realizzati in apposite strutture attrezzate ubicate in aree idonee in base alle disposizioni del punto 5.2 del presente Documento, composti da box, dotati di un servizio igienico per il pubblico, per ogni cinque box, di cui almeno due destinati ai disabili, di locali per il deposito delle attrezzature e per il rimessaggio della merce rispondenti alle vigenti norme igienico sanitarie.

I mercati di cui alle tipologie indicate alla lettera C) possono essere integrati con attrezzature e servizi pubblici collettivi, attività terziarie e artigianali compatibili con le funzioni annonarie, attività di somministrazione di alimenti e bevande e di rivendita di quotidiani e periodici.

Resta fermo l'obbligo del rispetto delle norme igienico-sanitarie vigenti.

I comuni scelgono la tipologia di mercato più idonea al soddisfacimento delle esigenze della collettività, tenendo anche conto delle potenzialità e delle valenze territoriali, delle disposizioni della strumentazione urbanistica generale ed attuativa, della situazione della rete distributiva esistente nelle diverse forme, della valorizzazione e commercializzazione della produzione locale, regionale e tipica, nonché dei flussi turistici.



I provvedimenti comunali relativi all'istituzione, ampliamento, spostamento e modifica della tipologia di mercati devono contenere l'indicazione della tipologia, l'individuazione dell'area, il numero dei posteggi ed i criteri per la loro assegnazione.

I comuni, nell'istituire nuovi mercati rientranti in una delle tipologie strutturali di cui alla lettera C) del presente punto 5.1 tengono conto ai fini della fissazione del numero minimo di posteggi dei parametri riportati nella seguente tabella:

| Classi di comuni per abitanti residenti         | Numero minimo di posteggi per tipologia strutturale del mercato |         |         |         |         |
|---|---|---------|---------|---------|---------|
|   | Tip. C1   | Tip. C2 | Tip. C3 | Tip. C4 | Tip. C5 |
| fino a 3.000                                    | 5   | 10      | 15      | 25      | 40      |
| da 3.001 a 10.000                               | 10  | 15      | 20      | 30      | 45      |
| da 10.001 a 100.000                             | 15  | 20      | 25      | 35      | 50      |
| oltre 100.000 abitanti o capoluogo di Provincia | 25  | 30      | 35      | 45      | 60      |

## 5.2 Criteri per l'individuazione delle aree destinate a mercato

I comuni possono ubicare i nuovi mercati scoperti, oltre che su aree destinate a servizi pubblici, anche su altre aree purché non interessate alla viabilità, da parcheggi destinati a impianti con utilizzazione contemporanea allo svolgimento delle attività del mercato o da sistemazione di verde pubblico, che possono essere compromesse dalla presenza del mercato stesso.

I nuovi mercati scoperti o coperti di cui al numero 3 e i nuovi mercati coperti di cui al numero 4 della lettera C) del punto 5.1 del presente Documento possono essere ubicati, fermo restando il rispetto degli standard di cui al D.M. 2 aprile 1968, [n. 1444], esclusivamente in aree aventi negli strumenti urbanistici generali o attuativi comunali destinazione a servizi pubblici.

I nuovi mercati coperti di cui al numero 5 della lettera C) del punto 5.1 del presente Documento possono essere ubicati esclusivamente in aree aventi destinazione specifica negli strumenti urbanistici comunali e debbono essere dotati di idoneo parcheggio riservato alla clientela, di aree destinate alla viabilità interna ed alle operazioni di carico e scarico delle merci.

Le aree destinate a nuovi mercati devono avere facile accesso. Deve essere comunque garantita la possibilità di rifornimento delle merci, la sosta dei mezzi adibiti al

rifornimento deve essere assicurata in apposita area al di fuori, in ogni caso, delle sedi stradali destinate al transito dei veicoli ed al posteggio degli stessi.

È comunque vietato lo svolgimento di qualsiasi tipologia di mercato su aree ricadenti in zone sottoposte ai vincoli di cui al decreto legislativo 29 ottobre 1999, n. 490 - recante Testo unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali ed ambientali, a norma dell'articolo 1 della legge 8 ottobre 1997, n. 352, salvo che venga o sia stato già concesso dagli organi competenti apposito nulla osta.

Resta fermo l'obbligo del rispetto delle norme igienico - sanitarie vigenti che deve essere garantito anche attraverso la scelta di aree idonee a tal fine.

### **5.3 Criteri per il dimensionamento delle aree e dei posteggi**

Le dimensioni globali delle aree occupate dai nuovi mercati, con esclusione di quelle destinate alle altre eventuali attività integrative di varia natura presenti, ai parcheggi, alla viabilità interna ed alla movimentazione delle merci, devono essere tali da garantire una superficie minima utile per ogni posteggio di mq. 16 dei mercati giornalieri e di mq 30 in quelli settimanali o bisettimanali, ad eccezione di quelli destinati ai produttori agricoli, la cui superficie è determinata dal Comune.

Le corsie di vendita per il passaggio degli utenti fra i posteggi non possono essere inferiori a m. 2,50.

I comuni in ogni mercato ove sono venduti anche prodotti del settore alimentare riservano ai produttori agricoli un numero di posteggi non inferiore al 10% ed ai produttori agricoli in coltura biologica un numero di posteggi non inferiore al 5% di quelli relativi a detto settore e comunque almeno un posteggio.

Al fine di favorire le iniziative imprenditoriali degli operatori, i comuni possono autorizzare nei mercati e nelle fiere l'accorpamento di posteggi contigui fino al massimo di 3, purché appartengano allo stesso concessionario e previa richiesta dell'interessato che nel caso di modifica alle strutture dovrà presentare progetto predisposto da un tecnico autorizzato.

### **5.4 Criteri per l'istituzione, la soppressione, l'ampliamento, lo spostamento, la modifica della tipologia dei mercati e per l'assegnazione dei posteggi**

I comuni effettuano, e non oltre ventiquattro mesi dalla data di pubblicazione del presente documento sul Bollettino Ufficiale, il censimento delle aree destinate al commercio, con riferimento ai posteggi nei mercati, al di fuori di essi o isolati anche al fine di verificare la necessità o l'opportunità di formalizzare regolamentare il funzionamento, adeguare, spostare, ampliare, ridurre o sopprimere i mercati o i

posteggi risultati non rispondenti alle disposizioni vigenti, comprese quelle del presente Documento, ed alle esigenze dei consumatori.

Prima di tali adempimenti i comuni non possono procedere all'ampliamento dei mercati non rispondenti alle disposizioni vigenti e del presente Documento n  al loro spostamento se non per motivi di sicurezza e incolumit  pubblica.

Ai fini dell'istituzione, ampliamento e spostamento dei mercati i comuni si attengono ai seguenti criteri:

- soddisfacimento degli interessi dei consumatori in termini di realizzazione di idoneo servizio;
- perseguimento di un idoneo equilibrio con le altre forme di distribuzione esistenti;
- rispetto delle norme urbanistiche ed edilizie, igienico sanitarie e del codice della strada;
- possibilit  di individuare, in mercati non specializzati, tipologie merceologiche comprendenti parte dei prodotti di un settore merceologico e di destinare alla vendita di esse una parte dei posteggi.

Ai fini della riduzione di posteggi e della soppressione di mercati i comuni si attengono a criteri finalizzati a:

- garantire comunque idoneo servizio ai consumatori;
- garantire l'economicit  della gestione della struttura.

Per la modifica della tipologia dei mercati i comuni si attengono a criteri finalizzati all'ottimizzazione del servizio ai consumatori.

Fermo restando il rispetto delle norme igienico - sanitarie vigenti, l'istituzione di posteggi al di fuori delle sedi di mercato   consentita unicamente per la vendita di prodotti sia del settore alimentare sia del settore non alimentare e/o stagionali. Nel caso in cui il posteggio riguardi la vendita dei prodotti stagionali esso pu  essere istituito nei periodi dal 1  giugno al 30 settembre per i prodotti estivi e dal 15 ottobre al 15 marzo per i prodotti autunnali e invernali.

L'assegnazione dei posteggi per la vendita dei prodotti stagionali ed il conseguente rilascio della relativa concessione ed autorizzazione hanno durata corrispondente ai periodi sopra menzionati a seconda che si tratti di prodotti estivi invernali o autunnali.

Ove in alcune zone o localit  del territorio comunale non esistano mercati e non vi sia la possibilit  di istituirne, possono essere istituiti posteggi isolati permanenti.

La possibilit  di istituire posteggi al di fuori delle sedi di mercato destinati alla vendita di fiori ed altri prodotti comunque destinati al culto dei defunti,   estesa nelle aree limitrofe ai cimiteri.

Non è consentita l'istituzione di nuove rotazioni e di nuovi posteggi a rotazione, salva la possibilità di trasferire, per motivo di pubblico interesse, posteggi già istituiti a tale scopo alla data del 1° dicembre 1999. Sono fatti salvi i diritti acquisiti e le rotazioni con posteggio assegnato a turno già istituite alla predetta data. I comuni entro novanta giorni dalla data di pubblicazione del presente documento sul Bollettino Ufficiale dovranno delimitare le soste autorizzate con paline e apposita segnaletica.

La concessione del posteggio in qualsiasi tipologia di mercato o fiera, per la vendita di prodotti tipici o stagionali e al di fuori delle sedi di mercato ha durata decennale. Per i posteggi che insistono su area privata, della quale il Comune abbia una disponibilità limitata ad un periodo inferiore al decennio, la durata della concessione corrisponde a quella della disponibilità della stessa area da parte del Comune. Qualora la disponibilità venga prorogata per un ulteriore periodo, inferiore al decennio, la concessione è rinnovata per il medesimo periodo.

L'assegnazione dei posteggi, ed il conseguente rilascio della relativa concessione ed autorizzazione, sono effettuati dai comuni secondo le procedure e sulla base della graduatoria previste dagli articoli 40 e 41 della legge. Tale graduatoria è formulata secondo le seguenti priorità:

1) titolari di concessione di posteggio ai quali sia stato revocato il provvedimento concessorio per motivi non imputabili a titolari medesimi;

2) operatori nei mercati già formalmente istituiti che dimostrino di possedere il più alto numero di presenze effettive nel mercato accertate secondo le modalità di cui all'articolo 42, commi 2 e 3, della legge;

3) soggetti che non siano già titolari di altra autorizzazione al commercio.

I comuni possono con proprio provvedimento di carattere generale stabilire ulteriori subordinati criteri di priorità anche connessi alla opportunità di limitare la concentrazione in capo ad un medesimo soggetto di più titoli autorizzatori, al fine di favorire l'incremento dell'occupazione.

A parità di condizioni le autorizzazioni e le relative concessioni di posteggio sono rilasciate secondo l'ordine cronologico di presentazione della domanda, ricavabile dalla data di effettuazione della prevista raccomandata con ricevuta di ritorno. I comuni prevedono ulteriori criteri per la regolamentazione degli eventuali casi di coincidenza della data.

Fermo l'obbligo del possesso dei requisiti di cui all'articolo 4, comma 3, della legge e del rispetto delle vigenti disposizioni igienico-sanitarie, non può essere negata l'autorizzazione all'ampliamento merceologico ad eccezione dei casi in cui l'autorizzazione si riferisca ad attività svolta su posteggio inserito in mercati la cui

tipologia merceologica non consenta l'ampliamento richiesto o su posteggio istituito per la vendita di prodotti tipici e/o stagionali o comunque per particolari merceologie.

### 5.5 Conferenza di Servizi

L'istituzione, lo spostamento e l'ampliamento di mercati la cui superficie complessiva, compresa quella destinata alla viabilità interna, alla sosta di relazione in area riservata alla clientela, alle operazioni di carico e scarico della merce, ad eventuali attività integrative di diversa natura insistenti nella stessa struttura, sia pari o superiore a mq. 2.500, sono soggetti alla decisione di apposita Conferenza di servizi, indetta dal Comune interessato presso gli uffici regionali competenti in materia di commercio, previa intesa con la Regione e la Provincia, alla quale partecipano, in qualità di componenti, un rappresentante del Comune stesso, un rappresentante della Provincia, un rappresentante della Regione.

Alla Conferenza partecipano, altresì, a solo titolo consultivo i rappresentanti regionali delle organizzazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale delle imprese esercenti il commercio su aree pubbliche. Sono considerate maggiormente rappresentative a livello nazionale le organizzazioni presenti in almeno tre dei Consigli provinciali delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura regionali.

Ai fini della preventiva intesa, il Comune inoltra alla Regione - Direzione regionale per lo sviluppo economico ed alla Provincia territorialmente interessata apposita domanda nella quale siano esplicitate le motivazioni dell'iniziativa, con particolare riferimento alla situazione della rete distributiva ed alle condizioni socio-economiche del territorio, corredata dalla seguente documentazione:

- relazione del responsabile del procedimento comunale contenente l'illustrazione dettagliata ed analitica della struttura che si intende realizzare in riferimento alle tipologie di mercato individuate dal presente Documento, fornendo l'indicazione della superficie complessiva della struttura, del numero e della superficie dei posteggi previsti, del numero e delle superfici delle singole attività integrative eventualmente presenti, dell'esistenza di spazi di pertinenza, quantificando quelli destinati a parcheggi per la sosta di relazione e per la movimentazione delle merci. Nella relazione illustrativa devono altresì essere forniti precisi elementi conoscitivi in merito alla conformità urbanistica nell'area interessata, alla situazione edilizia della struttura interessata, con particolare riferimento alla concessione edilizia e relativa destinazione d'uso, allo stato di realizzazione fisica della stessa, all'esistenza di vincoli e/o limiti posti a tutela di zone, aree o edifici aventi valore storico, archeologico, artistico, ambientale, all'impatto sulla viabilità della zona ed ambientale; alla rispondenza delle eventuali attività integrative previste alla normativa di settore vigente;

- planimetria in scala 1:200 riprodotte dettagliatamente il complesso della struttura, nella quale siano evidenziati i posteggi, gli spazi di pertinenza con le relative destinazioni, le eventuali attività integrative, i parcheggi esistenti;

- planimetria in scala 1:2000 dell'area nella quale siano evidenziate le principali direttrici di comunicazione viaria e le linee di trasporto pubblico.

Ai fini della preventiva intesa si applicano le disposizioni di cui ai punti 5, 6 e 7 della lettera B) della Delib.G.R. 27 dicembre 2000, n. 2618.

La Conferenza opera secondo le modalità di cui all'articolo 29, commi 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11 della legge e le direttive procedurali previste dalla lettera B), punti 1 e 2, dalla lettera C), punti 1, 4, dalla lettera D), punti 1, 2 in quanto compatibile, 3, 4, 5 della Delib.G.R. n. 2618/2000.

Copia del provvedimento comunale inerente l'oggetto della Conferenza è trasmessa alla Direzione regionale per lo sviluppo economico ed alla Provincia territorialmente interessata.

Le attività integrative eventualmente presenti nella struttura sono soggette alla vigente normativa di settore.

## **6. ATTIVITÀ DI VENDITA IN FORMA ITINERANTE**

Il rilascio dell'autorizzazione per il commercio su aree pubbliche in forma itinerante è subordinato al solo possesso dei requisiti di cui all'articolo 4, comma 3, della legge.

Fermo il rispetto delle vigenti norme igienico-sanitarie, nonché l'obbligo del possesso dei requisiti di cui all'articolo 4, comma 3, della legge, non può essere negata l'autorizzazione all'ampliamento merceologico ad eccezione di quella relativa all'ampliamento che riguardi attività svolta con autorizzazione per la vendita di prodotti tipici e/o stagionali.

I comuni individuano le aree nelle quali il commercio su aree pubbliche in forma itinerante è vietato, o sottoposto a condizioni particolari, per motivi di tutela ambientale, archeologica, storica, artistica, di viabilità, di carattere igienico-sanitario o di pubblico interesse.

## **7. FIERE**

Le fiere e le fiere straordinarie, alle quali partecipano i titolari di autorizzazione amministrativa per il commercio su aree pubbliche provenienti da tutto il territorio nazionale, sono classificate secondo le seguenti tipologie:

A) In riferimento al bacino di utenza:

1. fiere di interesse locale: rivestono carattere esclusivamente locale e si svolgono al fine di promuovere e valorizzare i centri storici, le vie ed i quartieri del capoluogo o di frazione e località;

2. fiere di interesse regionale: richiamano una utenza eccedente il territorio comunale e si svolgono per promuovere e valorizzare, oltre agli insediamenti umani, anche la produzione agricola e non;

3. fiere di interesse nazionale: richiamano una utenza proveniente da più parti del territorio nazionale per la varietà delle merci e dei prodotti commercializzati.

B) In riferimento alle merci vendute:

1. fiere di prodotti alimentari: offrono all'utenza una vasta gamma di prodotti alimentari;

2. fiere di merci varie: offrono all'utenza una vasta gamma di prodotti non alimentari;

3. fiere di merceologia mista: offrono all'utenza una vasta gamma di prodotti alimentari e non;

4. fiere specializzate: in esse il 90% dei posteggi è destinato a merceologie del medesimo genere, affini e/o complementari.

C) In riferimento al periodo di svolgimento:

1. fiere ricorrenti: si svolgono per uno o più determinanti giorni di ogni mese dell'anno;

2. fiere annuali: si svolgono in uno o più determinanti giorni una volta l'anno, in occasione di particolari festività, eventi cittadini o per esigenze di vivacizzazione e rivitalizzazione del territorio e della sua economia;

3. fiere stagionali: si svolgono in uno o più determinanti giorni durante una sola stagione dell'anno, per esigenze turistiche, della produzione agricola e/o artigianale.

### **7.1 Criteri per l'istituzione, l'ampliamento e la modifica tipologica e la soppressione delle fiere**

Le fiere di qualsiasi tipologia sono istituite dai comuni per i prodotti merceologici, la durata e i periodi dell'anno, il numero di posteggi ritenuti più idonei per le finalità delle fiere stesse e sono classificate dal Comune di interesse locale, regionale, nazionale sulla base di apposito studio effettuato per l'individuazione del bacino di utenza presumibile anche dalle caratteristiche localizzative e dell'offerta merceologica. Le caratteristiche tipologiche delle fiere devono essere espressamente indicate nei provvedimenti istitutivi, unitamente all'individuazione dell'area, al numero dei posteggi ed ai criteri di assegnazione degli stessi.

Le aree da destinare alle fiere sono individuate dal Comune tenendo conto delle prescrizioni degli strumenti urbanistici, delle disposizioni vigenti in materia di tutela ambientale, archeologica e storica e delle norme igienico sanitarie. La loro ubicazione deve essere tale da non intralciare il regolare svolgimento del traffico e da non occupare parcheggi destinati ad impianti diversi con utilizzazione contemporanea allo svolgimento della fiera.

I comuni procedono alla soppressione delle fiere non più rispondenti alle esigenze dei consumatori, della commercializzazione dei prodotti e dell'economicità dell'iniziativa.

L'ampliamento, la modifica della tipologia e la soppressione delle fiere sono definiti con apposito provvedimento comunale sulla base dei criteri fissati dal presente Documento.

## **7.2 Criteri per l'assegnazione dei posteggi delle fiere**

I comuni assegnano i posteggi ai richiedenti per un periodo non inferiore ai tre anni sulla base di una graduatoria formulata secondo i seguenti criteri di priorità:

1) maggior numero di presenze effettive nella fiera per la quale viene chiesta l'assegnazione del posteggio; in caso di parità nel numero delle presenze effettive, si procede secondo il criterio della maggiore anzianità di iscrizione al registro delle imprese presso le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura per le imprese individuali ed al repertorio economico amministrativo per le imprese societarie.

L'accertamento delle presenze è effettuato dai comuni sulla base di apposito registro istituito per ciascuna fiera;

2) maggior anzianità dell'attività di commercio su aree pubbliche risultante dalla maggiore anzianità di iscrizione al registro delle imprese presso le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura per le imprese individuali ed al repertorio economico amministrativo per le imprese societarie.

3) individualità certificata da apposita documentazione, ai sensi delle disposizioni vigenti relative alle categorie protette;

4) a parità di condizioni, la domanda è valutata in base all'ordine cronologico risultante dalla data di spedizione della raccomandata a.r. di cui al punto 8.3.

Ulteriori criteri suppletivi possono essere stabiliti dai comuni, in subordine a quelli sopra indicati, anche con le finalità di incentivare l'occupazione.

La graduatoria relativa all'assegnazione dei posteggi deve essere affissa all'albo comunale almeno 15 giorni prima dell'inizio della fiera.



### 7.3 Modalità per l'assegnazione dei posteggi delle fiere

Al fine dell'assegnazione dei posteggi, i comuni predispongono per ciascuna fiera almeno novanta giorni prima dello svolgimento un avviso pubblico, da pubblicizzare secondo le modalità vigenti, contenente, oltre alle indicazioni sulla data e sulla durata di essa, il numero dei posteggi, le modalità e i tempi di presentazione delle domande ed i criteri per la formazione della graduatoria, sulla cui base attribuire la titolarità dei posteggi medesimi.

Le domande sono presentate, con raccomandata a.r., dai soggetti interessati, titolari di autorizzazione per il commercio su aree pubbliche, provenienti da tutto il territorio nazionale, entro i termini previsti dall'avviso pubblico al Comune nel cui territorio essa si svolge.

## 8. ORARI

I comuni determinano gli orari per l'esercizio del commercio su aree pubbliche favorendone la massima fruibilità da parte dei consumatori.

Nel determinare gli orari di attività del commercio su aree pubbliche i comuni si attengono in particolare ai seguenti criteri:

- a) possibilità di prevederne l'esercizio anche in ore pomeridiane e serali;
- b) possibilità di adeguarli a quelli previsti per le attività commerciali su aree private;
- c) possibilità nei comuni o parti di essi riconosciuti turistici o città d'arte ai sensi dell'articolo 32 della legge di prevedere deroghe orarie ed apertura facoltativa nelle giornate domenicali e festive;
- d) possibilità di equiparare gli orari degli operatori su aree pubbliche autorizzati alla somministrazione, con posteggio fuori mercato, a quelli dei pubblici esercizi, intesa tale possibilità come facoltà e non obbligo degli operatori, nonché, su richiesta degli interessati, di autorizzare la protrazione oraria fino a un massimo di tre ore rispetto al limite stabilito dal Comune medesimo per l'orario di attività dei pubblici esercizi.

## 9. DISPOSIZIONI FINALI

Ai fini del monitoraggio dello sviluppo della rete distributiva i comuni sono tenuti a trasmettere all'Osservatorio regionale per il commercio - Direzione regionale Sviluppo Economico copia dei provvedimenti di volta in volta assunti in materia di istituzione, ampliamento, spostamento soppressione, e modifica della tipologia dei mercati e delle fiere, nonché i dati relativi al numero delle autorizzazioni di tipo a) ed a quello delle autorizzazioni di tipo b) esistenti, aggiornato all'inizio di ogni anno.