Legge regionale 5 agosto 2021, n. 22
concernente:
Disciplina dell’attività commerciale nella regio.ne Marche.
Il Consiglio-Assemblea legislativa regionale
ha approvato
Il Presidente della Giunta regionale
promulga
la seguente legge regionale:
TITOLO I
Disposizioni generali
Art. 1
(Finalità e principi)
1. L’attività disciplinata da questa legge si fonda sul principio della libertà di iniziativa economica priva.ta.
2. Questa legge, nel rispetto dei principi costituzionali e della normativa europea e statale in materia di tu.tela della concorrenza, disciplina l’attività commer.ciale allo scopo di favorire la migliore distribuzione delle merci e dei prodotti, la promozione e l’inter.nazionalizzazione del settore ed un equilibrato svi.luppo delle attività commerciali in base ai seguenti principi:
a) la semplificazione e l’innovazione tecnologica delle procedure relative agli adempimenti am.ministrativi afferenti all’esercizio delle attività commerciali;
b) la libertà di impresa e di stabilimento, la libe.ra circolazione delle merci e la trasparenza del mercato;
c) l’equilibrato sviluppo e la modernizzazione del.la rete distributiva in base a criteri di efficienza con particolare riguardo alla crescita qualitativa ed alla capacità competitiva dei sistemi com.merciali naturali, anche al fine del contenimento dei prezzi;
d) la promozione delle reti di imprese tra attività economiche e la salvaguardia dei mercati di in.teresse storico, dei locali storici, delle botteghe d’arte e delle attività commerciali e artigianali di tradizione nonché degli esercizi di vicinato;
e) il contrasto dei processi di depauperamento del.le aree territoriali più deboli;
f) la libertà di concorrenza nell’accesso al mercato e nel suo funzionamento corretto e trasparente, in condizioni di pari opportunità, salvaguardan.do il pluralismo delle forme distributive;
g) il pluralismo e l’equilibrio tra le diverse tipo.logie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo alla valorizzazione del ruolo delle piccole imprese, all’evoluzione qualificata delle relazioni tra at.tività commerciali, contesti territoriali e filiere economiche e alla tutela attiva delle botteghe e dei mercati di interesse storico, di tradizione e di tipicità;
h) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane, costiere e termali, ai fini di una equilibrata ar.ticolazione del sistema distributivo nell’intero territorio regionale, con particolare riferimento alle aree a minore dotazione di servizi, agevo.lando l’insediamento di nuove attività nei centri abitati non dotati di adeguate strutture;
i) la valorizzazione e la riqualificazione dei centri storici e dei centri urbani e dei borghi attraver.so lo sviluppo e la valorizzazione delle attività commerciali, artigianali e turistico ricettive;
j) la coerenza e l’integrazione tra la pianificazione urbanistica e territoriale e gli indirizzi in materia di insediamenti commerciali;
k) la promozione e lo sviluppo della concertazione come metodo di relazione e di collaborazione tra gli enti locali, le categorie economiche, le or.ganizzazioni dei lavoratori e le associazioni dei consumatori, anche ai fini delle diverse artico.lazioni e funzioni del sistema distributivo, nel rispetto dei principi di sussidiarietà, differenzia.zione e adeguatezza;
l) la promozione del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica mediante l’au.mento del numero delle rivendite e l’amplia.mento delle superfici espositive e di vendita, per facilitare l’accessibilità del servizio nei piccoli comuni, nelle aree montane e rurali, promuove.re lo sviluppo del servizio anche ai fini turistici e culturali del territorio, favorire il

mantenimento del pluralismo della stampa per la salvaguardia della libertà di espressione e l'effettività del di.ritto all'informazione;
m) lo sviluppo del sistema fieristico regionale per la promozione delle attività economiche, del com.mercio e l'innovazione tecnologica dei sistemi produttivi;
n) la salvaguardia della cultura della legalità e di contrasto all'abusivismo;
o) il riconoscimento e il sostegno del commercio equo e solidale quale funzione rilevante della promozione dei valori di giustizia sociale ed economica, dello sviluppo sostenibile fondato sulla cooperazione e sul rispetto per le persone e per l'ambiente;
p) la tutela e la libertà di scelta del cittadino con.sumatore, assicurando ai consumatori finali un livello minimo ed uniforme di condizioni di accessibilità all'acquisto di prodotti e di servizi nel territorio regionale, di informazione, di ap.provvigionamento, di servizio di prossimità, di assortimento e di sicurezza dei prodotti;
q) lo sviluppo del commercio di prodotti frutto di attività di riciclo, riuso, recupero e rigenerazio.ne di materiali e beni nonché di prodotti sfusi e alla spina al fine di ridurre l'impatto ambientale della produzione dei rifiuti e i relativi costi eco.nomici e sociali di smaltimento;
r) la tutela e la valorizzazione della creatività mar.chigiana come eccellenza che contraddistingue la Regione Marche nel mondo.

Art. 2
(Oggetto)

1. Questa legge disciplina l'esercizio dell'attività com.merciale nella regione Marche e ne stabilisce gli in.dirizzi.
2. Ai fini di questa legge costituiscono attività com.merciale:
a) il commercio al dettaglio e all'ingrosso in sede fissa;
b) le forme speciali di commercio al dettaglio;
c) la vendita della stampa quotidiana e periodica;
d) il commercio su aree pubbliche;
e) la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande;
f) la distribuzione dei carburanti;
g) i mercati all'ingrosso e i centri agroalimentari;
h) l'attività fieristico-espositiva.

Art. 3
(Motivi imperativi di interesse generale)

1. L'esercizio delle attività commerciali di cui all'arti.colo 2 può trovare condizioni e limiti esclusivamen.te per motivi imperativi di interesse generale indivi.duati dalla normativa europea e statale, nel rispetto dei principi di necessità, proporzionalità e non di.scriminazione.

Art. 4
(Legalità)

1. La Regione promuove iniziative volte a contrastare l'abusivismo commerciale e le pratiche illegali at.traverso interventi ed azioni di carattere educativo, sociale e informativo per favorire la cultura della le.galità.

Art. 5
(Tutela delle condizioni di lavoro e
pari opportunità)

1. Nell'esercizio delle attività di cui a questa legge si applicano i contratti collettivi di lavoro nazionali del settore di riferimento, sottoscritti dalle organizza.zioni sindacali dei lavoratori e dalle associazioni dei datori di lavoro ai sensi dell'articolo 51 del decreto legislativo 15 giugno 2015, n. 81 (Disciplina organi.ca dei contratti di lavoro e revisione della normativa in tema di mansioni, a norma dell'articolo 1, comma 7, della legge 10 dicembre 2014, n. 183) e gli accordi sindacali di secondo livello, territoriali e aziendali.
2. Alle attività di concertazione locale previste in questa legge partecipano, per le organizzazioni im.prenditoriali e per quelle sindacali dei lavoratori, i rappresentanti delle organizzazioni firmatarie dei contratti collettivi nazionali di lavoro di settore, ai sensi dell'articolo 51 del d.lgs. 81/2015 e i rappre.sentanti di quelle aderenti alle stesse organizzazioni firmatarie.

3. Nei luoghi di lavoro del commercio è assicurata la parità di trattamento e di opportunità tra donne e uo.mini.

Art. 6

(Divieto di utilizzo della plastica)

1. Al fine di promuovere la sostenibilità ambientale dello sviluppo del sistema commerciale, in confor.mità a quanto previsto dalla normativa europea e statale, dalle disposizioni della legge regionale 1 agosto 2019, n. 27 (Norme per la riduzione dei rifiuti derivanti dai prodotti realizzati in plastica) e dai re.lativi provvedimenti di attuazione è fatto divieto, per l'espletamento della attività di somministrazione di alimenti e bevande, nonché per il consumo immedia.to negli esercizi commerciali che vendono prodotti alimentari, l'utilizzazione di contenitori, mescolatori per bevande, cannucce, posate, bicchieri e piatti in plastica monouso non biodegradabili e non riciclabi.li.

Art. 7

(Ambito di applicazione e settori esclusi)

1. Le disposizioni di questa legge si applicano alle atti.vità commerciali come individuate all'articolo 2.

2. Alle vendite di cui a questa legge si applicano le di.sposizioni di cui al decreto del Presidente della Re.pubblica 6 aprile 2001, n. 218 (Regolamento recante disciplina delle vendite sottocosto, a norma dell'arti.colo 15, comma 8, del d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114) e al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Co.dice del consumo a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229).

3. Le disposizioni di questa legge non si applicano:

a) ai farmacisti e ai direttori di farmacie delle quali i Comuni assumono l'impianto e l'esercizio, ai sensi della legge 2 aprile 1968, n. 475 (Norme concernenti il servizio farmaceutico) e della leg.ge 8 novembre 1991, n. 362 (Norme di riordino del settore farmaceutico) se vendono esclusiva.mente prodotti farmaceutici, specialità medici.nali, dispositivi medici e presidi medicochirur.gici;

b) ai titolari di rivendite di generi di monopolio, di cui al decreto ministeriale 21 febbraio 2013, n. 38 (Regolamento recante disciplina della di.stribuzione e vendita dei prodotti da fumo), se vendono esclusivamente i generi di monopolio di cui alla legge 22 dicembre 1957, n. 1293 (Or.ganizzazione dei servizi di distribuzione e ven.dita dei generi di monopolio) e al relativo re.golamento di esecuzione, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074 (Approvazione del regolamento di ese.cuzione della legge 22 dicembre 1957, n. 1293, sulla organizzazione dei servizi di distribuzione e vendita dei generi di monopolio);

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

d) ai produttori agricoli, singoli o associati, ai sensi dell'articolo 5 del Regolamento CE n.1257/1999 del Consiglio del 17 maggio 1999, con le limi.tazioni previste nel comma 8 dell'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228 (Orientamento e modernizzazione del setto.re agricolo, a norma dell'articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57) che esercitano le attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del codice civile e alla legge 25 marzo 1959, n. 125 (Norme sul commercio all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, delle car.ni e dei prodotti ittici);

e) agli artigiani in possesso dei requisiti di cui alla legge 8 agosto 1985, n. 443 (Legge-quadro per l'artigianato) per la vendita nei locali di produ.zione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio;

f) alle imprese industriali per la vendita, nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti, dei beni da esse prodotti;

g) ai pescatori e alle cooperative di pescatori, non.ché ai cacciatori, singoli o associati, che vendo.no al pubblico e al dettaglio la cacciagione e i prodotti ittici provenienti esclusivamente dall'e.sercizio della loro attività e a coloro che eserci.tano la vendita dei prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti ad usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fun.gatico e di diritti similari;

h) a chi vende o espone per la vendita le proprie opere d’arte, nonché quelle dell’ingegno a carat.tere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica o informativa, realizzate an.che mediante il supporto informatico;
i) alla vendita dei beni del fallimento effettuata ai sensi dell’articolo 106 delle disposizioni appro.vate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267 (Disciplina del fallimento, del concordato pre.ventivo, dell’amministrazione controllata e del.la liquidazione coatta amministrativa);
j) all’attività di vendita effettuata durante il perio.do di svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti dei visitatori, se riguarda esclusivamente le merci oggetto del.le manifestazioni e non dura oltre il periodo di svolgimento delle stesse manifestazioni;
k) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o gli enti territoriali che vendono pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto infor.matico, di propria o di altrui elaborazione, con.cernenti l’oggetto della loro attività;
l) alle attività di somministrazione di alimenti e bevande situate all’interno di strutture ricettive, qualora dedicate esclusivamente alle persone al.loggiate, ai loro ospiti e a coloro che sono ospi.tati nella struttura ricettiva medesima in occa.sione di manifestazioni e convegni organizzati;
m) ai quartieri fieristici, per lo svolgimento di atti.vità commerciali accessorie alle attività fieristi.che e aperte al pubblico, nel limite massimo del 10 per cento del totale della superficie espositiva del quartiere medesimo;
n) alle attività di somministrazione svolte in forma completamente gratuita, come assaggio di ali.menti e bevande a fini promozionali.

Art. 8
(Sportello unico per le attività produttive)

1. Lo Sportello unico per le attività produttive (SUAP), di cui al comma 3 dell’articolo 38 del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112 (Disposizioni urgenti per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competi.tività, la stabilizzazione della finanza pubblica e la perequazione tributaria), convertito, con modifica.zioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133 e successive modifiche è il punto di accesso per tutte le procedure amministrative riguardanti le attività commerciali e produttive.
2. L’accesso al SUAP avviene in conformità alle dispo.sizioni del decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 160 (Regolamento per la sempli.ficazione e il riordino della disciplina sullo sportello unico per le attività produttive, ai sensi dell’artico.lo 38, comma 3, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133) e successive modifiche.
3. La struttura amministrativa competente della Giunta regionale definisce la modulistica da utilizzare per le domande di autorizzazione, per la SCIA e per le co.municazioni previste da questa legge, tenuto conto della modulistica nazionale standardizzata e unifica.ta, approvata dalla Conferenza unificata.
4. La competente struttura amministrativa della Giunta regionale, in collaborazione con la Camera di Com.mercio delle Marche, promuove il potenziamento dei servizi dei SUAP, l’uniformazione delle piatta.forme disponibili sul territorio regionale attraverso un’attività di assistenza per migliorare l’interopera.bilità delle componenti e la riduzione della comples.sità informatica a carico delle imprese che operano in territori diversi nonché l’aggiornamento del fasci.colo elettronico di impresa.

Art. 9
(Osservatorio sulla rete commerciale)

1. È istituito presso la struttura regionale competente in materia di commercio, l’Osservatorio regionale del commercio, quale organismo permanente per l’ac.quisizione degli elementi informativi e conoscitivi utili alla definizione e alla attuazione degli interventi per lo sviluppo e la qualificazione del commercio e per assicurare un sistema coordinato di monitorag.gio riferito all’entità e all’efficienza della rete distri.butiva.
2. La Giunta regionale disciplina con propria delibera.zione la composizione dell’Osservatorio, le funzioni e le modalità del suo funzionamento.
3. Al fine dell’aggiornamento del sistema informatico, i Comuni trasmettono annualmente alla struttura re.gionale competente in materia di commercio i dati relativi alla situazione della rete distributiva del pro.prio territorio e ogni

altro dato ritenuto necessario al monitoraggio, secondo modalità stabilite dalla Giun.ta regionale.

Art. 10

(Centri di assistenza tecnica)

1. Per sviluppare i processi di ammodernamento del.la rete distributiva, le associazioni di categoria del settore del commercio, del turismo e dei servizi maggiormente rappresentativi, presenti nell'ambi.to del Consiglio della Camera di Commercio e altri soggetti interessati possono istituire, anche in forma consortile, Centri di assistenza tecnica alle imprese (CAT).

2. I CAT svolgono attività di assistenza tecnica, di for.mazione e di aggiornamento in materia di innovazio.ne tecnologica e organizzativa, gestione economica e finanziaria di impresa, accesso ai finanziamenti an.che comunitari, sicurezza e tutela dei consumatori, tutela dell'ambiente, igiene e sicurezza sul lavoro, requisiti professionali per l'attività commerciale e altre materie previste dal proprio statuto, nonché at.tività finalizzate alla certificazione di qualità degli esercizi commerciali, anche a favore delle imprese non iscritte ad associazioni di categoria.

3. L'esercizio dell'attività dei CAT è riconosciuto dalla Regione. La Giunta regionale definisce i requisiti e le procedure per il riconoscimento.

4. La Regione e gli enti locali possono avvalersi dei CAT per l'espletamento di attività istruttorie in materia di contributi, finanziamenti o provvidenze a favore delle imprese commerciali, turistiche e di servizio, delle funzioni di assistenza previste in ma.teria di sportello unico e delle attività di formazione, inclusi i corsi professionali abilitanti l'iscrizione al ruolo dei mediatori e degli agenti e rappresentanti di commercio, nonché tutti i corsi di formazione previ.sti dalla normativa di settore inclusi quelli del settore non alimentare, gestione delle risorse umane, for.mazione, promozione e sviluppo di nuova imprendi.toria e rapporti con la Pubblica amministrazione.

Art. 11

(Tavolo regionale di coordinamento
per il commercio)

1. Al fine di incentivare e riqualificare le attività com.merciali con particolare riferimento ai flussi di traf.fico, alla desertificazione dei centri storici e la tutela dell'ambiente, entro 180 giorni dall'entrata in vigore di questa legge, è costituito il Tavolo regionale di co.ordinamento per il commercio, presieduto dall'As.sessore al commercio o suo delegato.

2. La composizione e le modalità di funzionamento del Tavolo sono definite dalla Giunta regionale, sentita la competente Commissione assembleare e in modo da garantire la presenza degli Assessori, o loro dele.gati, competenti in materia di urbanistica, ambiente e sanità.

3. Il Tavolo svolge attività di condivisione, confronto e coordinamento per l'individuazione di azioni si.nergiche da attuare sul territorio. Inoltre analizza i dati forniti dall'Osservatorio sulla rete commerciale intervenendo con azioni specifiche individuate sulla base delle risultanze ottenute.

Art. 12

(Distretti del commercio)

1. I Comuni, singoli o associati, quali soggetti capofila, anche su iniziativa delle associazioni imprenditoria.li maggiormente rappresentative per il settore del commercio a livello regionale di intesa con quelle dei lavoratori maggiormente rappresentative per il settore del commercio a livello regionale, sentite le associazioni dei consumatori, possono proporre alla Regione l'individuazione di ambiti territoriali con.figurabili come distretti del commercio, intesi come entità innovative che definiscono ambiti e iniziative nei quali i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del com.mercio il fattore di integrazione con altri settori pro.duttivi quali attività artigianali, di servizi e turistico - ricettive nonché di valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattivi.tà complessiva, rigenerare il tessuto urbano e soste.nere la competitività delle sue polarità commerciali.

2. L'ambito territoriale del distretto del commercio è individuato e definito sulla base dei criteri attuativi stabiliti dalla Giunta regionale, sentita la Commis.sione assembleare competente.

3. Al fine di valorizzare le caratteristiche peculiari di tali ambiti, il Comune quale soggetto capofila agisce quale referente amministrativo unico nei

confronti della Regione in nome e per conto di un partenariato locale costituito da soggetti pubblici e privati, come individuati ai commi 1 e 2, proponendo programmi di intervento di gestione integrata per lo sviluppo del contesto urbano di riferimento.

Art. 13

(Settori merceologici)

1. L’attività commerciale può essere esercitata con ri.ferimento ai settori merceologici alimentare e non alimentare.

2. L’attività di vendita di prodotti alimentari è soggetta al rispetto delle disposizioni europee, statali e regio.nali vigenti in materia di sicurezza alimentare, ali.mentazione, benessere e di igiene per gli alimenti di origine animale.

Art. 14

(Requisiti di onorabilità)

1. Non possono accedere ed esercitare l’attività di cui all’articolo 2 coloro che:

a) sono stati dichiarati delinquenti abituali, profes.sionali o per tendenza, salvo che abbiano ottenu.to la riabilitazione;

b) hanno riportato una condanna, con sentenza pas.sata in giudicato, per delitto non colposo per il quale è prevista una pena detentiva non inferiore nel minimo a tre anni, sempre che sia stata appli.cata, in concreto, una pena superiore al minimo edittale;

c) hanno riportato, con sentenza passata in giudi.cato, una condanna a pena detentiva per uno dei delitti di cui al libro II, titolo VIII, capo II del co.dice penale, ovvero per ricettazione, riciclaggio, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, rapina, delitti contro la persona commessi con violenza, estorsione;

d) hanno riportato, con sentenza passata in giudi.cato, una condanna per reati contro l’igiene e la sanità pubblica, compresi i delitti di cui al libro II, titolo VI, capo II, del codice penale;

e) hanno riportato, con sentenza passata in giudi.cato, due o più condanne, nel quinquennio pre.cedente all’inizio dell’esercizio dell’attività, per delitti di frode nella preparazione o nel commer.cio degli alimenti, previsti da leggi speciali;

f) sono sottoposti ad una delle misure di preven.zione o nei cui confronti è stata applicata una delle misure previste dal decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 (Codice delle leggi an.timafia e delle misure di prevenzione, nonché nuove disposizioni in materia di documentazio.ne antimafia, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 13 agosto 2010, n. 136) ovvero sono sot.toposti a misure di sicurezza;

g) sono incorsi in una delle cause di divieto, deca.denza o sospensione previste dall’articolo 67 del d.lgs. 159/2011.

2. Non possono accedere ed esercitare l’attività di som.ministrazione di alimenti e bevande coloro che si trovano nelle condizioni di cui al comma 1 o hanno riportato, con sentenza passata in giudicato, una con.danna per reati contro la moralità pubblica e il buon costume, per delitti commessi in stato di ubriachezza o in stato di intossicazione da stupefacenti; per reati concernenti la prevenzione dell’alcolismo, le sostan.ze stupefacenti o psicotrope, il gioco d’azzardo, le scommesse clandestine, nonché per reati relativi ad infrazioni alle norme sui giochi o che si trovano nel.le condizioni previste dagli articoli 11, 92 e 131 del regio decreto 18 giugno 1931, n. 773 (Testo unico delle leggi di pubblica sicurezza – T.U.L.P.S.).

3. Il divieto di esercizio dell’attività, ai sensi delle lette.re c), d) e), f) e g) del comma 1, e ai sensi del comma 2 permane per la durata di cinque anni a decorrere dal giorno in cui la pena è stata scontata. Qualora la pena si sia estinta in altro modo, il termine di cinque anni decorre dal giorno del passaggio in giudicato dalla sentenza, salvo riabilitazione.

4. Il divieto di esercizio dell’attività non si applica qualora, con sentenza passata in giudicato, sia sta.ta concessa la sospensione condizionale della pena, sempre che non intervengano circostanze idonee a incidere sulla revoca della sospensione.

5. In caso di società, associazioni o organismi collettivi, i requisiti di cui al comma 1 devono essere posseduti dal legale rappresentante, da altra persona preposta all’attività commerciale e da tutti i soggetti indivi.duati

dall’articolo 85 del d.lgs. 159/2011. In caso di impresa individuale, i requisiti di cui al comma 1 devono essere posseduti dal titolare o dalla persona eventualmente preposta all’attività commerciale.

Art. 15

(Requisiti professionali)

1. L’esercizio, in qualsiasi forma e limitatamente all’a.limentazione umana, di un’attività commerciale al dettaglio relativa al settore merceologico alimenta.re e della somministrazione di alimenti e bevande è consentito a chi è in possesso di uno dei seguenti requisiti professionali:

a) aver frequentato, con esito positivo, un corso professionale per il commercio, per la prepa.razione o la somministrazione degli alimenti, istituito ai sensi delle normative delle Regioni o delle Province Autonome di Trento e Bolzano;

b) aver esercitato in proprio attività d’impresa nel settore alimentare o nel settore della sommini.strazione di alimenti e bevande per almeno due anni, anche non continuativi, nel quinquennio precedente o aver prestato la propria opera pres.so tali imprese in qualità di dipendente qualifi.cato, addetto alla vendita o all’amministrazione o alla preparazione degli alimenti o in qualità di socio lavoratore o in altre posizioni equivalenti o, se trattasi di coniuge, parente o affine dell’im.prenditore entro il terzo grado, in qualità di co.adiutore familiare, comprovata dall’iscrizione all’Istituto nazionale per la previdenza sociale (INPS);

c) essere in possesso di laurea, anche triennale, o di diploma di scuola secondaria superiore o di altra scuola a indirizzo professionale, almeno trien.nale, purché nei corsi degli studi siano previste materie attinenti al commercio, alla preparazio.ne o alla somministrazione degli alimenti.

2. Costituisce requisito valido ai fini del riconoscimen.to della qualifica professionale di cui al comma 1, anche l’iscrizione al registro esercenti il commercio (REC), di cui alla legge 11 giugno 1971, n. 426 (Di.sciplina del commercio), per le tabelle rientranti nel settore alimentare, per l’attività di somministrazione di alimenti e bevande o per la sezione speciale im.prese turistiche oppure il superamento dell’esame di idoneità o la frequenza con esito positivo del cor.so abilitante per l’iscrizione al REC, anche senza la successiva iscrizione in tale registro.

3. Sia per le imprese individuali che in caso di società, associazioni od organismi collettivi i requisiti pro.fessionali di cui al comma 1 devono essere posse.duti dal titolare o dal rappresentante legale ovvero, in alternativa, dalla persona eventualmente preposta all’attività.

4. Ai soggetti provenienti da altre regioni o paesi dell’Unione europea sono riconosciuti i requisiti per l’esercizio dell’attività previsti dalle rispettive nor.mative.

5. La Giunta regionale con apposito atto definisce:

a) le modalità di organizzazione, la durata e le materie dei corsi professionali, prevedendo la possibilità che gli stessi siano organizzati dal.le associazioni di categoria, dai CAT o da altro soggetto accreditato;

b) le modalità di organizzazione, la durata e le materie di corsi di aggiornamento finalizzati ad elevare il livello professionale o riqualificare gli operatori in attività.

6. Sono fatti salvi i requisiti professionali posseduti prima dell’entrata in vigore di questa legge.

Art. 16

(Regolamenti di attuazione)

1. La Giunta regionale, sentite le organizzazioni del.le imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggiormente rappresentative a livello regionale, le associazioni dei consumatori iscritte al registro regionale, nonché le organizzazioni dei lavoratori del settore maggiormente rappresentative a livello regionale, adotta, previo parere della competente Commissione assembleare, uno o più regolamenti attuativi di questa legge, nel rispetto dei principi di sussidiarietà, differenziazione, adeguatezza e pro.porzionalità, garantendo il giusto bilanciamento dei motivi imperativi di interesse generale quali l’ordine pubblico, la sicurezza pubblica, la sicurezza stradale, la sanità pubblica, la tutela dei consumatori, dei de.stinatari di servizi e dei lavoratori, la lotta alla frode, la tutela dell’ambiente e dell’ambiente urbano in.cluso l’assetto territoriale in ambito urbano e rurale, la sostenibilità

ambientale, sociale e di vivibilità, la conservazione del patrimonio storico ed artistico.
2. I regolamenti di cui al comma 1 disciplinano ed in.tegrano le disposizioni relative alle attività commer.ciali di cui al comma 2 dell'articolo 2.

Art. 17
(Funzioni delle Province)

1. Le Province in conformità al regolamento di cui all'articolo 16 stabiliscono i criteri per la pianifica.zione territoriale nel settore commerciale mediante il Piano territoriale di coordinamento (PTC) e in particolare quelli finalizzati ad individuare le aree di localizzazione delle grandi strutture di vendita attraverso la valutazione dell'impatto dei flussi di traffico, nonché in relazione alla rete viaria ed agli accessi.
2. Il PTC individua le aree di localizzazione delle grandi strutture di vendita, tenendo anche conto degli effetti d'ambito sovracomunale e di fenome.ni di concentrazione territoriale di altri esercizi che producono impatti equivalenti a quelli delle grandi strutture di vendita.
3. Il PTC, sulla base di un'analisi preliminare dell'ac.cessibilità delle diverse aree, dei flussi di traffico, nonché delle caratteristiche paesaggistiche, morfo.logiche e ambientali del territorio provinciale, indi.vidua in particolare:
a) le aree potenzialmente suscettibili di ospitare grandi strutture di vendita e le aree escluse, te.nuto conto della pianificazione comunale e an.che al fine di ridurre il consumo di suolo;
b) gli indirizzi per l'inserimento paesaggistico del.le grandi strutture di vendita e per il collegamen.to delle stesse al sistema insediativo anche attra.verso forme di mobilità alternativa, quale quella ferroviaria, ciclabile o pedonale.
4. Le previsioni del PTC costituiscono direttive e indi.rizzi per la pianificazione comunale e non conferi.scono diritti edificatori.

Art. 18
(Funzioni dei Comuni)

1. Nelle materie oggetto di questa legge sono conferite ai Comuni tutte le funzioni amministrative non riser.vate alla Regione o ad altri enti.
2. I Comuni adeguano i propri strumenti urbanistici secondo le modalità ed entro i termini previsti nel regolamento di cui all'articolo 16 e nel rispetto dei PTC provinciali, attraverso forme di consultazione e di confronto con le organizzazioni delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggiormente rappresentative a livello regionale, le associazioni dei consumatori iscritte al registro regionale, nonché le organizzazioni dei lavoratori del settore maggior.mente rappresentative a livello regionale.

TITOLO II
Attività commerciali
CAPO I
Commercio in sede fissa
SEZIONE I
Commercio al dettaglio e all'ingrosso

Art. 19
(Definizioni)

1. Ai fini dell'applicazione delle disposizioni contenute in questa sezione si intendono per:
a) commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, grossisti o dettaglianti, o ad uti.lizzatori professionali, quali esercenti attività industriali, artigianali, agricole ed alberghiere ed in genere esercenti un'attività di produzione di beni e servizi, o ad altri utilizzatori in gran.de, quali comunità, convivenze, cooperative tra consumatori e loro consorzi, enti giuridici costi.tuiti da commercianti per effettuare acquisti di prodotti oggetto della propria attività, associa.zioni e circoli privati di cui al decreto del Pre.sidente della Repubblica 4 aprile 2001, n. 235 (Regolamento recante semplificazione del pro.cedimento per il rilascio dell'autorizzazione alla somministrazione di alimenti e bevande da parte di circoli privati). Tale commercio può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;

b) commercio al dettaglio, l’attività svolta in forma temporanea o permanente, da chiunque profes.sionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, diret.tamente al consumatore finale. L’attività com.merciale al dettaglio può essere esercitata con riferimento ai settori merceologici alimentare e non alimentare, ovvero ad entrambi;
c) superficie di vendita di un esercizio commercia.le, l’area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili, aree di esposizioni se aperte al pubblico. Non costitui.sce superficie di vendita quella destinata a ma.gazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici, servizi;
d) parcheggi, le aree di pertinenza dell’attività commerciale destinate alle soste dei veicoli ed individuate per ogni singola attività commercia.le nel regolamento attuativo di cui all’articolo 16;
e) esercizi di vicinato, quelli aventi superficie di vendita:
1) non superiore a 200 metri quadrati nei Co.muni con popolazione residente fino a dieci.mila abitanti;
2) non superiore a 400 metri quadrati nei Co.muni con popolazione residente superiore a diecimila abitanti;
f) medie strutture di vendita, gli esercizi aventi su.perficie di vendita superiore a quella degli eser.cizi di vicinato nei limiti stabiliti dal regolamen.to attuativo di cui all’articolo 16;
g) grandi strutture di vendita, gli esercizi aventi su.perficie di vendita superiore a quella delle medie strutture, nei limiti stabiliti dal regolamento at.tuativo di cui all’articolo 16;
h) centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi com.merciali sono inseriti in una struttura a destina.zione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. Per superficie di vendita di un centro commer.ciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi di com.mercio al dettaglio in esso presenti. Il centro commerciale può essere integrato con ulteriori attività diverse da quelle relative alla vendita al dettaglio e alla somministrazione di alimenti e bevande;
i) parco commerciale, l’aggregazione di esercizi di vicinato, medie o grandi strutture di vendita insistenti in immobili anche distinti e ricadenti nella medesima area territoriale e funzionale, che condividono la fruizione di un sistema di ac.cessibilità comune o un percorso che consente la diretta comunicazione tra i singoli esercizi, per cui, anche se contraddistinte da autonome auto.rizzazioni all’apertura, si configurano come un unico progetto commerciale;
j) centri commerciali naturali, luoghi commercia.li complessi e non omogenei, sviluppatisi nel tempo anche senza programmazione unitaria, concepiti come spazi unici, con traffico parzial.mente o totalmente limitato, ove opera, anche in forma di associazione, un insieme di eserci.zi commerciali, esercizi di somministrazione, strutture ricettive, attività artigianali e di servi.zio, aree mercatali ed eventualmente integrati da aree di sosta e di accoglienza e da sistemi di accessibilità comuni;
k) outlet, esercizi di vicinato, medie o grandi strut.ture di vendita, anche in forma di centro com.merciale, dove si esercita la vendita al dettaglio, a prezzi scontati, in via diretta da parte delle imprese industriali, artigianali o dei produttori titolari del marchio ovvero, indirettamente, at.traverso imprese commerciali, di prodotti non alimentari fuori produzione, per i quali, tramite idonea documentazione, è possibile risalire alla data dell’ultima serie prodotta, che presentino lievi difetti non occulti, di fine serie, rimanen.ze di magazzino invendute relative almeno alla precedente stagione, prototipi/campionari;
l) temporary shop, un’attività commerciale che offre prodotti specifici per un periodo di tempo limitato e comunque non superiore a sei settima.ne;
m) centro di telefonia, phone center o internet point, l’esercizio aperto al pubblico che pone a disposi.zione dei clienti apparecchi telefonici o personal computer o altri strumenti telematici, utilizzati per fornire servizi telefonici, telematici, anche abbinato ad altre attività;
n) esercizio polifunzionale, l’esercizio in cui si svolgono congiuntamente, oltre all’attività com.merciale della tipologia alimentare e non ali.mentare, la

somministrazione di alimenti e be.vande e altri servizi di particolare interesse per la collettività;
o) preposto, la persona in possesso dei requisiti professionali nel caso in cui tali requisiti non siano posseduti dal titolare di ditta individuale o dal legale rappresentante di società, associa.zione od organismo collettivo;
p) condivisione di sede commerciale, la condivi.sione di locali per più attività commerciali, an.che di settori merceologici diversi, tra più sog.getti con titoli abilitativi indipendenti tra loro, finalizzata alla condivisione di costi e servizi;
q) commercio equo solidale, una forma di attività commerciale in cui, invece della massimizzazio.ne del profitto, si perseguono giustizia sociale ed economica, lotta allo sfruttamento, alla povertà e all'ingiustizia, sviluppo sostenibile, rispetto per le persone e per l'ambiente, consapevolezza dei consumatori;
r) commercio elettronico, le operazioni commer.ciali svolte on-line e disciplinate dal decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 (Attuazione del.la direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informa.zione nel mercato interno, con particolare riferi.mento al commercio elettronico).

Art. 20
(Sviluppo della rete distributiva)

1. La Giunta regionale con il regolamento attuativo di cui all'articolo 16 stabilisce in particolare:
a) i criteri, i requisiti e le modalità per lo sviluppo, l'insediamento e l'adeguamento delle attività commerciali in sede fissa e per le forme speciali di vendita, per gli outlet, per i centri in sede fissa di telefonia e servizi internet, per gli esercizi po.lifunzionali e per le forme di condivisione degli spazi commerciali;
b) le procedure semplificate ai fini del rilascio dei titoli abilitativi per l'apertura e l'ampliamento delle superfici di vendita delle medie e grandi strutture;
c) la superficie di vendita delle medie e delle gran.di strutture di vendita anche sotto forma di centri commerciali;
d) le procedure ed i termini relativi allo svolgimen.to della conferenza di servizi unica nel caso di insediamento di grandi strutture di vendita non.ché le modalità di raccordo tra le strutture regio.nali ai fini dell'espressione del parere;
e) gli indirizzi relativi alle medie e grandi strut.ture di vendita, privilegiando la riqualificazio.ne degli esercizi già operanti e le iniziative di operatori commerciali associati, tenendo conto della sostenibilità infrastrutturale, logistica e di mobilità relative a specifici ambiti territoriali ed evitando fenomeni di concentrazione di medie strutture di vendita che possano produrre impatti ambientali e territoriali equivalenti a quelli della grande distribuzione;
f) le zone del territorio alle quali applicare i limiti massimi di superficie di vendita con riferimento al PTC;
g) i parametri di parcheggio e degli accessi per la realizzazione delle medie e delle grandi strutture di vendita;
h) gli elementi di qualità e di prestazione delle grandi strutture di vendita, con particolare ri.guardo all'inserimento all'interno delle stesse di sistemi informativi per la promozione delle pro.duzioni tipiche, nonché della promozione della fruizione delle risorse ambientali e turistiche del territorio;
i) la realizzazione di spazi appositi ed esclusivi de.stinati alla vendita di prodotti agricoli regionali nelle grandi strutture di vendita;
j) i criteri e le modalità per l'apertura degli esercizi commerciali specializzati nella vendita esclusi.va di merci ingombranti ed a consegna differita;
k) le modalità per l'attuazione della concertazione locale prevista in questa legge;
l) le norme sul procedimento per il rilascio dell'autorizzazione alle medie e grandi strutture di vendita anche sotto forma di centri e parchi commerciali;
m) i criteri per il rilascio dell'autorizzazione per le attività di commercio al dettaglio e commercio all'ingrosso;

n) i criteri e le modalità per la vendita congiunta all'ingrosso e al dettaglio;
o) le modalità per il consumo immediato sul posto.

Art. 21
(Attività di vendita all'ingrosso)

1. Il commercio all'ingrosso, ivi compreso quello re.lativo ai prodotti ortofrutticoli, carnei e ittici, è esercitato previa comunicazione effettuata al SUAP territorialmente competente ed alla Camera di Com.mercio.
2. Nella comunicazione di cui al comma 1 il titolare o il legale rappresentante dichiarano il possesso dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15.
3. Nel caso di esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio, l'intera superficie di vendita è presa in considerazio.ne ai fini dell'applicazione di entrambe le discipline per le due tipologie di attività.

Art. 22
(Attività di vendita negli esercizi in sede fissa)

1. Negli esercizi di commercio al dettaglio in sede fis.sa l'attività di vendita è esercitata nel rispetto del.le vigenti norme in materia igienico - sanitaria, dei regolamenti edilizi e delle norme urbanistiche e di sicurezza e di destinazioni ad uso commerciale dei locali.
2. L'attività di vendita di prodotti alimentari è sogget.ta a notifica sanitaria ai sensi del regolamento (CE) n. 852/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 sull'igiene dei prodotti alimentari e del regolamento (CE) n. 853/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 che sta.bilisce norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale.
3. La vendita di bevande alcoliche può essere limitata o vietata dal Comune in relazione a comprovate esi.genze di prevalente interesse pubblico.
4. Gli esercizi commerciali che effettuano attività di vendita al pubblico dei farmaci da banco o di auto.medicazione ai sensi dell'articolo 5 del decreto leg.ge 4 luglio 2006, n. 223 (Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'e.vasione fiscale), convertito con modificazioni dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, inviano copia della co.municazione di cui al comma 1 dell'articolo 5 del d.l. 223/2006 anche al Comune e all'Azienda sanita.ria unica regionale (ASUR).

Art. 23
(Esercizi di vicinato)

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie fino al limite massimo della superfi.cie di vendita ammessa, la riduzione della superficie di vendita e la modifica di settore merceologico e la cessazione di un esercizio di vicinato sono soggetti a comunicazione da presentare al SUAP competente per territorio.
2. L'insediamento degli esercizi di vicinato è ammesso in tutte le zone territoriali omogenee comunali ad ec.cezione di quelle per le quali lo strumento urbanisti.co generale espressamente ne vieta la realizzazione.
3. Negli esercizi di vicinato abilitati alla vendita dei prodotti alimentari è consentito il consumo imme.diato dei medesimi prodotti utilizzando i locali e gli arredi dell'azienda con esclusione del servizio as.sistito di somministrazione e con l'osservanza del.le norme vigenti in materia igienico-sanitaria. Per i locali dell'esercizio si intendono i locali e le aree individuati nella comunicazione.
4. Gli esercizi di vicinato possono ampliare la propria superficie di vendita, mediante accorpamento, fino al raggiungimento del limite dimensionale subordina.to alla presentazione della comunicazione al SUAP competente per territorio.

Art. 24
(Esercizi di vicinato e medie strutture
di vendita nei centri storici)

1. Al fine di sostenere l'apertura di attività commercia.li ed evitare la desertificazione urbana, è incentiva.to l'insediamento di esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita presso stabili in disuso da recu.perare nei centri storici, così come individuati dalla pertinente disciplina urbanistica.

2. Relativamente alle medie strutture di vendita di cui al comma 1, con regolamento adottato ai sensi dell'articolo 16 sono stabilite:
a) la dimensione massima della superficie di ven.dita;
b) la destinazione degli oneri di urbanizzazione connessi alla loro realizzazione, rispetto alla quale è attribuita priorità ad interventi per la realizzazione di parcheggi, di viabilità e di tra.sporto pubblico locale specificatamente dedicati al centro storico.
3. Il Comune individua i criteri e le modalità per la de.terminazione e corresponsione degli oneri di cui alla lettera b) del comma 2.

Art. 25
(Medie strutture di vendita)

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita e la modifica di settore merceologico di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal SUAP com.petente per territorio.
2. I Comuni o le loro forme associative, sulla base di quanto stabilito nel regolamento attuativo di cui all'articolo 16 e sentite le associazioni maggiormen.te rappresentative a livello regionale definiscono nel regolamento comunale le condizioni, le procedure ed i criteri per il rilascio delle autorizzazioni di cui al comma 1.
3. Il Comune definisce la correlazione dei procedimen.ti di rilascio del permesso di costruire inerente l'im.mobile e dell'autorizzazione di cui al comma 1.
4. Il Comune stabilisce il termine, comunque non su.periore ai novanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande di autorizzazione devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché stabilisce la cor.relazione dei procedimenti di rilascio del permesso di costruire inerente l'immobile e dell'autorizzazio.ne di cui al comma 1.

Art. 26
(Grandi strutture di vendita)

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie e la modifica di settore merceologico di una grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal SUAP competente per territorio.
2. Il rilascio dell'autorizzazione di cui al comma 1 è subordinato allo svolgimento di una conferenza di servizi decisoria, in forma simultanea secondo le modalità previste dalla normativa vigente in mate.ria, alla quale partecipano il Comune, la Provincia e la Regione nella persona di un rappresentante della struttura regionale competente in materia di com.mercio.
3. La conferenza di servizi, di cui al comma 2, decide sulla conformità dell'insediamento in base al regola.mento di cui all'articolo 16, agli strumenti urbanisti.ci vigenti e rispetto al PTC di cui all'articolo 17.
4. Alle riunioni della conferenza di servizi, svolte in seduta pubblica, partecipano a titolo consultivo rap.presentanti dei Comuni contermini, delle organizza.zioni imprenditoriali del commercio, delle organiz.zazioni sindacali dei lavoratori, delle associazioni dei consumatori e delle altre parti sociali interessate individuate dal Comune, maggiormente rappresen.tative in relazione al bacino d'utenza interessato dall'insediamento. Ove il bacino d'utenza riguardi anche parte del territorio di altra regione confinante, la conferenza di servizi richiede alla stessa un parere non vincolante.
5. Le deliberazioni della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti entro novanta giorni dallo svolgimento della prima riunione. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favore.vole del rappresentante della Regione.
6. La domanda si intende accolta qualora, entro cen.toventi giorni dalla data della prima riunione della conferenza di servizi, non sia stato comunicato al richiedente il provvedimento di diniego.
7. In caso di parere positivo della conferenza di ser.vizi, il Comune provvede al rilascio dell'autoriz.zazione entro trenta giorni dallo svolgimento della conferenza stessa; entro lo stesso termine, in caso di parere negativo, il comune provvede a comuni.care al richiedente il motivato diniego. La domanda si intende accolta qualora, decorsi trenta giorni dal parere positivo espresso dalla conferenza di servizi, il Comune non abbia provveduto al rilascio dell'au.torizzazione.

8. Il Comune definisce la correlazione dei procedimen.ti di rilascio del permesso di costruire inerente l'im.mobile e dell'autorizzazione di cui al comma 1.

Art. 27
(Centri commerciali e parchi commerciali)

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie e la modifica del settore merceologi.co di un centro commerciale o di un parco commer.ciale sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio, sulla base delle disposizioni di cui agli articoli 25 e 26 in relazione alle dimensioni complessive della struttura.

2. La domanda di autorizzazione può essere presentata da un unico promotore o da singoli esercenti, anche mediante un rappresentante degli stessi.

Art. 28
(Sostenibilità ambientale, territoriale e sociale)

1. Al fine di concorrere al perseguimento degli obiet.tivi di perequazione territoriale, sostenibilità am.bientale, territoriale e sociale, gli interventi relativi alle medie e grandi strutture di vendita, anche sotto forma di centro commerciale o di parco commercia.le, sono subordinati alla corresponsione di un onere aggiuntivo, a favore della Regione, calcolato in una percentuale non superiore al 30 per cento degli oneri di urbanizzazione, posto a carico del soggetto priva.to in fase di rilascio dell'autorizzazione commercia.le, con vincolo di destinazione alla rivitalizzazione e riqualificazione del piccolo commercio nei centri storici dei comuni interessati al progetto.

2. La Giunta regionale, previo parere della competente Commissione assembleare, stabilisce i criteri e le modalità per la determinazione e la corresponsione dell'onere e per l'applicazione del vincolo di desti.nazione di cui al comma 1.

Art. 29
(Outlet)

1. Gli outlet possono assumere la forma di esercizio di vicinato, media struttura di vendita, grande struttura di vendita, centro commerciale, parco commerciale.

2. Alla vendita in outlet, in relazione alla relativa strut.tura commerciale, si applicano le disposizioni di questa legge e del relativo regolamento di attuazio.ne.

3. Ferma restando l'applicazione delle disposizioni vigenti in materia di pubblicità ingannevole, l'uso improprio della denominazione di outlet in violazio.ne di questa legge e del regolamento attuativo di cui all'articolo 16 è punito con la sanzione amministrati.va pecuniaria da euro 5.000,00 ad euro 30.000,00. In caso di violazione grave o di recidiva, il Comune ove ha sede l'esercizio dispone la sospensione dell'atti.vità di vendita per un periodo non inferiore a cinque giorni e non superiore a trenta giorni.

Art. 30
(Centri in sede fissa di telefonia e
servizi internet)

1. Fermo restando quanto previsto dal decreto legisla.tivo 1° agosto 2003, n. 259 (Codice delle comuni.cazioni elettroniche), l'apertura, il trasferimento di sede, nonché l'ampliamento della superficie di cen.tri di telefonia e servizi internet in sede fissa, sono soggetti a comunicazione al Comune competente per territorio.

2. Le disposizioni di questo articolo non si applicano agli esercizi commerciali o di somministrazione di alimenti e bevande che mettono a disposizione della clientela un solo terminale di rete, nonché alle bi.blioteche, alle mediateche, alle scuole, alle strutture ricettive e alle tabaccherie.

Art. 31
(Esercizi polifunzionali)

1. Nei comuni montani con popolazione inferiore a 5.000 abitanti e nei centri e nuclei abitati con popo.lazione inferiore a 3.000 abitanti di tutti i comuni è possibile svolgere congiuntamente in un solo eser.cizio, oltre all'attività commerciale della tipologia alimentare e non alimentare, la somministrazione di alimenti e bevande e altri servizi di particolare inte.resse per la collettività, anche in convenzione con soggetti pubblici e privati e in

deroga alle disposizio.ni di questa legge riferite a ciascuna delle tipologie commerciali interessate.
2. I Comuni possono concedere, con convenzione, l'u.so di immobili ad aziende commerciali che ne fac.ciano richiesta per l'attivazione di esercizi polifun.zionali e possono stabilire particolari agevolazioni a favore degli esercizi polifunzionali.

SEZIONE II

Forme speciali di vendita al dettaglio

Art. 32

(Forme speciali)

1. Costituiscono forme speciali di vendita al dettaglio:
a) gli spacci interni;
b) la vendita per mezzo di apparecchi automatici;
c) la vendita per corrispondenza o tramite televi.sione, internet o altri sistemi di comunicazione;
d) la vendita effettuata presso il domicilio dei con.sumatori.

Art. 33

(Spacci interni)

1. L'attività di vendita di prodotti a favore di dipenden.ti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospe.dali esclusivamente a favore di coloro che hanno ti.tolo ad accedervi, deve essere svolta in locali non aperti al pubblico e che non abbiano accesso dalla pubblica via.
2. L'avvio di attività, il trasferimento di sede, l'amplia.mento, il subingresso e la cessazione sono soggetti a comunicazione al SUAP competente per territorio. Nella comunicazione deve essere dichiarata, in parti.colare, la sussistenza dei requisiti, di cui agli articoli 14 e 15, della persona preposta alla gestione dello spaccio, il rispetto delle normative in materia igieni.co-sanitaria, di sicurezza alimentare e sicurezza dei locali, il settore merceologico, l'ubicazione e la su.perficie di vendita.

Art. 34

(Attività di vendita per mezzo
di apparecchi automatici)

1. L'attività di commercio al dettaglio mediante distri.butori automatici effettuata in modo non esclusivo è soggetta a comunicazione da effettuare al SUAP competente per territorio in cui deve essere dichia.rata la sussistenza dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15, il settore merceologico, l'ubicazione, nonché l'osservanza delle norme sull'occupazione del suolo pubblico nel caso in cui l'apparecchio automatico viene installato sulle aree pubbliche.
2. L'attività di commercio al dettaglio mediante di.stributori automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo è soggetta alle dispo.sizioni concernenti l'apertura di un esercizio di ven.dita.

Art. 35

(Attività di vendita per corrispondenza o
tramite televisione, internet o altri sistemi
di comunicazione)

1. L'avvio, il subingresso e la cessazione dell'attività di vendita al dettaglio per corrispondenza, tramite televisione, internet o altri sistemi di comunicazio.ne, sono soggetti a comunicazione da effettuare al SUAP competente per territorio nel quale l'esercente intende avviare l'attività. Nella medesima comuni.cazione deve essere indicata la sussistenza dei requi.siti di cui agli articoli 14 e 15 e del settore merceolo.gico interessato.
2. È vietato l'invio di prodotti al consumatore, se non a seguito di specifica richiesta, salvo che si tratti di campioni ovvero di omaggi senza spese o vincoli per il consumatore.
3. Sono vietate le operazioni di vendita all'asta realiz.zate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione.
4. In caso di vendita tramite televisione l'emittente te.levisiva deve accertare, prima della messa in onda, l'avvenuta presentazione della comunicazione di av.vio da parte dell'esercente.
5. Durante la trasmissione devono essere indicati il nome e la denominazione o la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese ed il numero della partita IVA.

Art. 36
(Attività di vendita effettuata presso
il domicilio dei consumatori)
1. L’avvio dell’attività di vendita al dettaglio e di rac.colta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori è soggetto a comunicazione da presen.tare al SUAP competente per territorio con l’indica.zione della sussistenza dei requisiti di cui agli artico.li 14 e 15 e del settore merceologico interessato.
2. Durante le operazioni di vendita e di raccolta di or.dinativi di acquisto l’esercente deve esporre in modo ben visibile un tesserino di riconoscimento conte.nente:
a) le generalità e la fotografia dell’esercente;
b) l’indicazione a stampa della sede e dei prodot.ti oggetto dell’attività dell’impresa, nonché del nome del responsabile dell’impresa stessa;
c) la firma del responsabile dell’impresa.
3. L’attività può essere svolta anche mediante persone incaricate in possesso dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15. In tal caso, l’esercente comunica, entro tren.ta giorni, l’elenco delle persone incaricate all’auto.rità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell’attività delle persone medesime.
4. L’esercente rilascia agli incaricati un tesserino di ri.conoscimento, numerato ed aggiornato annualmente che deve essere ritirato non appena gli stessi perda.no i requisiti di cui agli articoli 14 e 15. Il tesserino contenente la foto del venditore e quanto indicato al comma 2 deve essere numerato ed esposto in modo ben visibile durante le operazioni di vendita e di raccolta degli ordinativi di acquisto. Le disposizio.ni di questo articolo si applicano anche all’attività di somministrazione di alimenti e bevande svolta al domicilio del consumatore.
Art. 37
(Promozione commerciale)
1. L’esibizione, l’illustrazione di cataloghi e l’effettua.zione di qualsiasi forma di promozione commerciale presso il domicilio del consumatore o nei locali nei quali si trova anche temporaneamente per motivi di lavoro, studio, cura o svago sono sottoposte alle di.sposizioni sugli incaricati e sul tesserino di ricono.scimento.
SEZIONE III
Stampa quotidiana e periodica
Art. 38
(Finalità)
1. Questa sezione, nel rispetto dei principi di libertà di stabilimento, di concorrenza, di liberalizzazione e della tutela del territorio, disciplina le modalità e le condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica.
2. La Regione, nel rispetto dei principi stabiliti dall’ar.ticolo 21 della Costituzione, dall’articolo 10 della Convenzione per la salvaguardia dei diritti dell’uo.mo e delle libertà fondamentali e dall’articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell’Unione europea, disciplina la diffusione della stampa quo.tidiana e periodica, garantendo la salvaguardia dei motivi imperativi di interesse generale connessi alla promozione dell’informazione e del pluralismo in.formativo e il diritto dei cittadini di accedere a un’in.formazione pluralista.
3. La Regione, per le finalità di cui al comma 1, pro.muove altresì la modernizzazione e lo sviluppo tec.nologico della filiera distributiva editoriale, anche attraverso la riqualificazione strutturale e tecnologi.ca dei punti vendita, e valorizza gli accordi di cate.goria o con le istituzioni volti alla individuazione di nuovi modelli distributivi e alla promozione dell’ef.ficienza della filiera distributiva.
Art. 39
(Definizioni)
1. Il sistema di diffusione della stampa quotidiana e pe.riodica si articola, su tutto il territorio regionale, in punti vendita esclusivi e in punti vendita non esclu.sivi.
2. Ai fini di questo capo si intende per:

a) punti vendita esclusivi, quelli tenuti alla vendita generale di quotidiani e periodici, che costitui.scono la rete di vendita dedicata in via esclusiva all'informazione;
b) punti vendita non esclusivi, quelli che, in aggiun.ta ad altre merci, vendono quotidiani o periodi.ci, assicurando parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici scelti;
c) pastigliaggi, i prodotti da banco preconfezionati alla produzione da vendere nella stessa confe.zione originaria, costituiti generalmente da ca.ramelle, confetti, cioccolatini, gomme da masti.care, patatine, snack e simili.
3. Le disposizioni di questa sezione si applicano anche alla stampa estera posta in vendita nel territorio re.gionale.

Art. 40
(Punti vendita esclusivi)

1. I punti vendita esclusivi sono gli esercizi adibiti alla vendita generale di quotidiani e periodici. Essi assi.curano parità di trattamento tra le diverse testate.
2. I punti vendita esclusivi possono vendere anche altri prodotti e possono svolgere qualsivoglia attività di servizio a favore di soggetti privati e pubblici nel ri.spetto della normativa vigente, inclusi quelli inerenti l'informazione, l'accoglienza turistica e l'attività di SAB.
3. Fatto salvo quanto previsto al comma 2, la vendita di quotidiani e periodici effettuata da un punto vendi.ta esclusivo deve essere sempre garantita, ovvero il punto di vendita dovrà assicurare l'apertura per con.sentire l'acquisto di quotidiani e periodici in manie.ra completamente indipendente dalla vendita di altri prodotti ed altri servizi, ad eccezione delle giornate in cui i quotidiani non verranno stampati.
4. I punti vendita esclusivi possono esporre pubblicità propria o di terzi nel rispetto delle disposizioni co.munali vigenti in materia di impianti pubblicitari.
5. I punti vendita esclusivi possono destinare una parte della superficie alla vendita di qualsiasi altro prodot.to secondo la vigente normativa come previsto nel regolamento di cui all'articolo 16.
6. Per la vendita di pastigliaggi confezionati, delle be.vande preconfezionate e preimbottigliate, con esclu.sione del latte e dei suoi derivati e delle bevande al.coliche e superalcoliche, non è richiesto il requisito professionale di cui all'articolo 15.
7. La concessione di suolo pubblico rilasciata dagli enti competenti per la vendita di quotidiani e periodici, si intende validamente rilasciata anche per l'esercizio di tutte le altre attività consentite.

Art. 41
(Punti vendita non esclusivi)

1. I punti vendita non esclusivi sono gli esercizi adibiti, in aggiunta ad altre merci, alla vendita di soli quoti.diani, di soli periodici o di entrambe le tipologie di prodotti editoriali.
2. L'esercizio di un punto vendita non esclusivo è svol.to nell'ambito degli stessi locali nelle seguenti atti.vità:
a) rivendite di generi di monopolio;
b) impianti di distribuzione di carburanti;
c) esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande;
d) esercizi di vicinato, medie strutture e grandi strutture di vendita anche sotto forma di Centri o Parchi commerciali;
e) esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti editoriali equiparati;
f) ulteriori attività possono essere individuate dalla Giunta regionale.
3. La vendita della stampa negli esercizi di cui al com.ma 2 è legata e complementare all'attività prima.ria, pertanto non può essere fisicamente disgiunta dall'attività di vendita primaria e non può essere ceduta separatamente dai titoli abilitativi per l'eser.cizio dell'attività principale.
4. I punti vendita non esclusivi assicurano parità di trattamento nell'ambito della tipologia di prodotto editoriale prescelta, ossia dei soli quotidiani, dei soli periodici o di entrambe le tipologie.

Art. 42
(Esercizio dell'attività)

1. L’apertura di nuovi punti vendita, esclusivi e non esclusivi, anche a carattere stagionale e il trasferi.mento di sede di un esercizio di vendita della stam.pa quotidiana e periodica sono soggetti alla SCIA di cui all’articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241 (Nuove norme in materia di procedimento ammini.strativo e di diritto di accesso ai documenti ammi.nistrativi), da presentare al SUAP competente per territorio.
2. I Comuni sulla base del regolamento attuativo di cui all’articolo 16 definiscono i criteri e le modalità per l’apertura, il trasferimento e l’ampliamento dell’e.sercizio.
3. L’attività delle imprese di distribuzione territoriale dei prodotti editoriali è svolta in conformità a quanto stabilito dalla normativa statale.
4. Le imprese di distribuzione territoriale dei prodotti editoriali devono indicare agli edicolanti le pubbli.cazioni regolari e le pubblicazioni di prima immis.sione nel mercato.

Art. 43
(Forme particolari di vendita)

1. Sono soggette a comunicazione da presentare al SUAP competente per territorio:
a) la vendita, nelle sedi di partiti, enti, chiese, co.munità religiose, sindacati, associazioni, di per.tinenti pubblicazioni specializzate;
b) la vendita in forma ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi che ricorrano all’o.pera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale e religiosa;
c) la vendita nelle sedi di società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
d) la vendita di pubblicazioni specializzate non di.stribuite nei punti vendita di cui a questo capo;
e) la consegna porta a porta e la vendita in forma ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
f) la vendita di giornali e riviste nelle strutture turi.stico ricettive, ove questa costituisca un servizio ai clienti;
g) la vendita di giornali e riviste all’interno di strut.ture pubbliche o private, l’accesso alle quali sia riservato esclusivamente a determinate catego.rie di soggetti e sia regolamentato con qualsiasi modalità.

Art. 44
(Cessazione)

1. L’esercizio per la vendita della stampa quotidiana e periodica cessa qualora:
a) vengano meno i requisiti di onorabilità cui all’articolo 14;
b) non vengano rispettati i limiti di cui ai commi 3 e 5 dell’articolo 40;
c) l’attività sia sospesa per un periodo superiore ad un anno, salvo proroga concessa dal Comune, indipendentemente da intervenuti trasferimenti di titolarità;
d) qualora non siano osservati i provvedimenti di sospensione dell’attività.

Art. 45
(Valorizzazione dei punti vendita esclusivi)

1. La Regione riconosce ai punti vendita di stampa quotidiana e periodica esclusivi di seguito denomi.nati edicole, lo svolgimento di un importante ruolo per il presidio del territorio.
2. La Regione promuove e sostiene le edicole al fine di favorire l’innovazione dei prodotti e dei servizi tradizionalmente offerti oltreché lo sviluppo di ser.vizi aggiuntivi e qualificati che si pongono oltre la distribuzione di riviste e quotidiani.
3. La Regione intende, in particolare, favorire un per.corso di rilancio delle edicole singole o di loro ag.gregazioni per innovare il servizio tradizionalmen.te offerto e ampliare gli interessi e le occasioni che conducono alla frequentazione delle stesse da parte del pubblico.
4. La Regione intende, altresì, contribuire alla realiz.zazione di reti di servizi nuovi e integrativi che si prestino ad ampliare i servizi offerti al pubblico con particolare riferimento al settore dell’informazione turistica e della logistica cosiddetta.

Art. 46
(Diffusione gratuita della stampa)

1. L’editore che intende distribuire in forma gratuita il proprio editoriale è soggetto a comunicazione al Comune nel cui territorio vuole avviare la distribu.zione.
2. L’editore che intende avvalersi per l’esercizio dell’attività di incaricati o di collaboratori, comuni.ca l’elenco al Comune competente per territorio e all’autorità di pubblica sicurezza del luogo nel qua.le ha la residenza o la sede legale ed è responsabile dell’attività dei medesimi.
3. Gli editori rilasciano agli incaricati o collaboratori un tesserino di riconoscimento e lo ritirano in caso di perdita dei requisiti soggettivi. Il tesserino di rico.noscimento deve essere numerato e aggiornato con le generalità e la fotografia dell’incaricato.

Art. 47

(Vigilanza e sanzioni)

1. I Comuni competenti per territorio esercitano la vigilanza sull’attività di vendita e di distribuzione della stampa quotidiana e periodica e provvedono all’accertamento e irrogazione delle sanzioni di cui al comma 2 e ne introitano i relativi proventi.
2. Chiunque eserciti l’attività di vendita e distribuzio.ne della stampa quotidiana e periodica in violazione delle disposizioni contenute in questa legge è sog.getto, per ciascuna violazione, alla sanzione am.ministrativa del pagamento di una somma da euro 2.000,00 ad euro 10.000,00.

SEZIONE IV

Vendite straordinarie, promozionali

Art. 48

(Vendite straordinarie)

1. Per vendite straordinarie si intendono le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione, le vendite promozionali nelle quali l’esercente dettagliante of.fre condizioni favorevoli, reali ed effettive di acqui.sto dei propri prodotti.
2. Le vendite di cui al comma 1 devono essere presen.tate al pubblico con adeguati cartelli che ne indicano l’esatta tipologia ed il periodo di svolgimento e le merci in vendita debbono essere esposte con l’indi.cazione del prezzo praticato prima della vendita stra.ordinaria e del nuovo prezzo con relativo sconto o ribasso effettuato espresso in percentuale.
3. È vietata la vendita con il sistema del pubblico in.canto.

Art. 49

(Vendite di liquidazione)

1. Le vendite di liquidazione sono effettuate in qua.lunque momento dell’anno previa comunicazione al SUAP competente per territorio da effettuare almeno quindici giorni prima dell’inizio delle stesse speci.ficando i motivi, la data di inizio, la durata e l’in.ventario delle merci poste in liquidazione al fine di collocare sul mercato in breve tempo tutte le merci a seguito di cessazione dell’attività commerciale, ces.sione dell’azienda o dell’unità locale, trasferimento dell’azienda in altro locale, trasformazione o rinno.vo dei locali, per un periodo non eccedente le dodici settimane.
2. Durante le vendite di liquidazione è vietato intro.durre nell’esercizio e nei locali di pertinenza ulte.riori merci del genere di quelle oggetto dell’attività commerciale in liquidazione. Detto divieto riguarda sia le merci acquistate che quelle concesse in conto deposito.

Art. 50

(Saldi o vendite di fine stagione)

1. I saldi o vendite di fine stagione riguardano i prodotti di carattere stagionale o di moda, suscettibili di no.tevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo.
2. Il periodo e le modalità delle vendite di fine stagione sono stabiliti dalla Giunta regionale, sentite le orga.nizzazioni delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggiormente rappresentative a livello regionale e le associazioni dei consumatori iscritte al registro regionale. In caso di mancata adozione del.la suddetta deliberazione si intendono valide le date stabilite per l’anno precedente.
3. Nelle prime ventiquattro ore dall’inizio delle vendite di fine stagione non si applicano le sanzioni nel caso in cui la merce sia sprovvista di cartellino purché la stessa sia inserita in un’area in cui sia indicata la per.centuale di sconto.

4. Nelle successive ventiquattro ore tutti i capi esposti devono essere muniti del relativo cartellino di scon.to.

Art. 51

(Vendite promozionali)

1. Le vendite promozionali sono quelle effettuate dall'esercente dettagliante applicando sconti, rea.li ed effettivi, sui normali prezzi praticati, dandone informazione al consumatore tramite l'utilizzo di qualsiasi mezzo pubblicitario, ivi compresa la car.tellonistica apposta in vetrina.
2. Durante le vendite promozionali i prodotti a prezzo scontato devono essere tenuti separati da quelli posti in vendita a prezzo normale.
3. Non rientra nelle vendite promozionali la vendita di prodotti a prezzi scontati effettuata all'interno dell'esercizio commerciale senza alcuna forma pub.blicitaria esterna. Si intende per pubblicità esterna anche quella effettuata in vetrina, in qualsiasi forma, ivi compresi i cartellini con l'indicazione del doppio prezzo apposti sulla singola merce esposta.
4. Lo svolgimento delle vendite promozionali non è soggetto ad autorizzazioni preventive né a limitazio.ni di tipo quantitativo.

SEZIONE V

Norme comuni

Art. 52

(Orari e pubblicità dei prezzi)

1. Gli orari di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio sono rimessi alla libe.ra determinazione degli esercenti, nel rispetto degli accordi aziendali e dei contratti collettivi di lavoro.
2. L'esercente è tenuto a rendere noto al pubblico l'ora.rio di effettiva apertura e chiusura del proprio eser.cizio mediante cartelli o altri mezzi idonei all'infor.mazione.
3. I prodotti esposti al pubblico per la vendita ovunque collocati come nelle vetrine esterne, nell' ingresso del locale, nelle immediate adiacenze, sugli scaffali e sui banchi devono indicare il prezzo di vendita al pubblico in modo chiaro e ben leggibile mediante l'uso di cartelli, di listini o altre modalità idonee allo scopo, purché l'individuazione dei singoli prodotti e dei relativi prezzi risulti chiara e riconoscibile al pubblico.
4. Per esigenze di prevenzione della criminalità, nel caso di prodotti d'arte e di antiquariato nonché di oreficeria e gioielleria, l'obbligo di pubblicità del prezzo è rispettato anche tramite l'utilizzo sul singo.lo prodotto di un cartellino visibile all'interno dell'e.sercizio commerciale e non dall'esterno.

Art. 53

(Affidamento reparto)

1. Il titolare di un esercizio commerciale organizzato in più reparti, può affidare la gestione di uno o più reparti ad un soggetto in possesso dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15, affinché li gestisca in proprio, dandone comunicazione al SUAP competente. La medesima comunicazione deve essere effettuata in caso di cessazione della gestione.
2. Il titolare qualora non abbia provveduto alla comu.nicazione di cui al comma 1, risponde in proprio dell'attività esercitata dal gestore.
3. Il reparto dato in gestione deve presentare un colle.gamento strutturale con l'esercizio ove il reparto è collocato e non può avere un accesso autonomo.

Art. 54

(Subingresso e cessazione e
sospensione dell'attività)

1. In caso di trasferimento della titolarità di un eser.cizio di vendita al dettaglio sia come gestione che come proprietà, per atto tra vivi o per causa di morte si provvede mediante comunicazione da presentare al SUAP competente per territorio entro quaranta.cinque giorni dalla stipula dell'atto utilizzando la modulistica adottata dalla Regione nel rispetto dei requisiti previsti dagli articoli 14 e 15.
2. In caso di subingresso nell'attività di commercio al dettaglio, per causa di morte, in una attività del set.tore alimentare il subentrante ha la facoltà di conti.nuare provvisoriamente l'attività per ulteriori dodici mesi salvo proroga di ulteriori sei mesi per compro.vate cause di forza maggiore, dalla morte del dante causa al fine di ottenere i requisiti di cui all'articolo 15. Trascorso detto termine il titolo abilitativo deca.de.

3. La cessazione dell’attività di commercio al dettaglio è soggetta alla sola comunicazione al SUAP compe.tente per territorio utilizzando la modulistica adotta.ta dalla Regione.
4. L’attività di commercio, previa comunicazione al SUAP competente, può essere sospesa per un perio.do massimo di dodici mesi salvo proroga di ulteriori sei mesi per comprovate cause di forza maggiore.

Art. 55
(Chiusura e decadenza
di un esercizio commerciale)

1. Il Comune dispone la chiusura di un esercizio di vi.cinato o dispone la decadenza del titolo abilitativo di una media o grande struttura di vendita anche sotto forma di centro o parco commerciale qualora:
a) vengano meno i requisiti di cui agli articoli 14 e 15;
b) l’attività sia sospesa per un periodo superiore a quello di cui all’articolo 54 indipendentemente da intervenuti trasferimenti di titolarità;
c) qualora non siano osservati i provvedimenti di sospensione dell’attività;
d) qualora vengano commesse gravi e reiterate violazioni delle disposizioni contenute in que.sta legge. La reiterazione si verifica qualora la stessa violazione sia stata commessa per due volte in un periodo di dodici mesi, anche se si è proceduto al pagamento in misura ridotta della sanzione;
e) l’attività nell’esercizio di vicinato e in una me.dia struttura di vendita non sia iniziata entro un anno dalla data di presentazione della comuni.cazione o dal rilascio della autorizzazione e en.tro due anni se trattasi di una grande struttura di vendita.

Art. 56
(Vigilanza e sanzioni amministrative)

1. I Comuni competenti per territorio esercitano la vi.gilanza sulle attività di commercio al dettaglio in sede fissa, provvedono all’accertamento e all’irroga.zione delle sanzioni amministrative e ne introitano i relativi proventi. I Comuni sono altresì competen.ti a introitare i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta nonché a ricevere il rapporto di cui all’articolo 17 della legge 24 novembre 1981, n. 689 (Modifiche al sistema penale).
2. Chiunque eserciti l’attività di commercio al dettaglio in sede fissa in violazione delle disposizioni conte.nute in questa legge è soggetto alle seguenti sanzio.ni:
a) in caso di mancanza dei requisiti previsti dagli articoli 14 e 15 si applica la sanzione da euro 2.500,00 ad euro 15.000,00 e la contestuale chiusura dell’esercizio;
b) in caso di violazione degli obblighi previsti dai commi 2 e 3 dell’articolo 52 si applica la sanzio.ne amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.000,00 ad euro 3.000,00.
3. In caso di mancata presentazione della comunicazio.ne prevista per gli esercizi di vicinato o di omessa o falsa dichiarazione di uno o più dei contenuti della comunicazione stessa, si applica la sanzione da euro 3.000,00 ad euro 9.000,00 e la contestuale chiusura dell’esercizio.
4. Per ogni altra violazione delle disposizioni di questo titolo, nonché di quelle contenute nel regolamento attuativo di cui all’articolo 16, si applica la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 500,00 ad euro 3.000,00.
5. Qualora venga rilevata successivamente all’avvio dell’attività commerciale la mancanza dei requisiti igienico-sanitari, edilizi o di sicurezza necessari, è disposta la sospensione dell’attività, assegnando un termine per il ripristino dei requisiti mancanti ovve.ro per l’adozione delle misure necessarie al rispetto degli obblighi violati. Scaduto detto termine il Co.mune dispone la chiusura dell’esercizio.

CAPO II
Commercio su aree pubbliche

Art. 57
(Definizioni)

1. Ai fini dell’applicazione delle disposizioni contenute in questa legge si intendono per:

a) commercio su aree pubbliche nel settore mer.ceologico alimentare, non alimentare o misto, le attività di vendita di merci al dettaglio e di somministrazione di alimenti e bevande effet.tuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo o su aree private delle qua.li il Comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;
b) aree pubbliche, le strade, le piazze, i canali, compresi quelli di proprietà privata gravati da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico ovvero aree private utilizzabili sulla base di una Convenzione stipulata con il Comune;
c) somministrazione di alimenti e bevande sulle aree pubbliche, l'attività di vendita per il consu.mo di alimenti e bevande, prodotti e detenuti nel rispetto della normativa igienico-sanitaria e dei regolamenti locali di igiene e svolta mediante strutture fisse, banchi temporanei o negozi mo.bili a motore, posti su aree pubbliche e attrezzati all'uopo, ove, ad eccezione delle strutture fisse, gli acquirenti non possano accedere all'interno, non siano annesse aree appositamente conces.se per il consumo dei prodotti venduti e non sia prevista l'assistenza del personale addetto alla somministrazione;
d) mercato, l'area pubblica o privata di cui il Co.mune abbia la disponibilità, composta da più po.steggi, attrezzata o meno e destinata all'eserci.zio dell'attività commerciale, nei giorni stabiliti dal Comune, per l'offerta di merci al dettaglio, per la somministrazione di alimenti e bevande e l'erogazione di pubblici servizi;
e) mercato ordinario, il mercato in cui non vi è al.cuna limitazione merceologica se non in relazio.ne ai settori merceologici alimentari, compresa la somministrazione di alimenti e bevande e non alimentari;
f) mercato specializzato, il mercato in cui il 90 per cento dei posteggi e delle merceologie offerte sono del medesimo genere o affini e il 10 per cento sono merceologie di servizio al mercato stesso;
g) mercato stagionale, il mercato di durata non in.feriore ad un mese e non superiore a sei mesi;
h) mercato straordinario, il mercato che si svolge in un periodo di tempo non superiore a quaran.tacinque giorni, nel periodo natalizio, pasquale ed estivo, o collegato ad altri eventi particolari;
i) mercatini dell'antiquariato e del collezionismo, i mercati che si svolgono su un'area pubbli.ca o su un'area privata di cui il comune abbia la disponibilità, anche nei giorni domenicali o festivi, con cadenza mensile o con intervalli di più ampia durata, aventi come specializzazioni merceologiche esclusive o prevalenti, in parti.colare, l'hobbismo, l'antiquariato, le cose usate, compreso il baratto, l'oggettistica antica, il mo.dernariato, i fumetti, i libri, le stampe, gli oggetti da collezione e simili;
j) mercato agricolo, mercato riservato all'esercizio della vendita diretta da parte dei produttori agri.coli di cui al comma 1065 dell'articolo 1 della legge 27 dicembre 2006, n. 296 (Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e plurien.nale dello Stato. Legge finanziaria 2007);
k) fiera, la manifestazione, istituita dall'Ammini.strazione comunale, caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private delle quali il Comune abbia la disponibilità, di operatori autorizzati ad esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ri.correnze, eventi o festività;
l) fiera specializzata, la manifestazione dove per il 90 per cento dei posteggi, le merceologie offerte sono del medesimo genere o affini e per il 10 per cento sono merceologie di servizio alla fiera stessa;
m) fiera specializzata nel settore dell'antiquariato, la manifestazione commerciale volta a promuo.vere l'esposizione e la vendita di oggetti di an.tiquariato, modernariato e di oggetti e capi di abbigliamento sartoriali di alta moda d'epoca provenienti dal mondo della cultura, dell'arte e dell'artigianato artistico e tradizionale;
n) mercato o fiera del commercio equo e solidale, quelli riservati a coloro che sono iscritti nel regi.stro di cui alla legge regionale 29 aprile 2008, n. 8 (Interventi di sostegno e promozione del com.mercio equo e solidale);
o) manifestazione commerciale a carattere straor.dinario, la manifestazione finalizzata alla pro.mozione del territorio o di determinate specia.lizzazioni merceologiche, all'integrazione tra operatori comunitari ed extracomunitari, alla conoscenza delle produzioni etniche e allo svi.luppo del commercio equo e

solidale, nonché alla valorizzazione di iniziative di animazione, culturali e sportive;
p) fiera promozionale, la manifestazione commer.ciale indetta al fine di promuovere o valorizzare i centri storici, specifiche aree urbane, centri o aree rurali, nonché attività culturali, economiche e sociali o particolari tipologie merceologiche o produttive;
q) costruzione stabile, un manufatto isolato o con.finante con altri che abbiano la stessa destina.zione oppure che accolgano servizi o altre per.tinenze di un mercato, realizzato con qualsiasi tecnica e materiale;
r) posteggio, la parte di area pubblica o privata di cui il Comune abbia la disponibilità, che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività;
s) posteggio isolato, posteggi dati in concessione su area pubblica ubicati in zone non individua.bili come mercati;
t) negozio mobile, il veicolo immatricolato ai sen.si del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (Nuovo codice della strada) e successive modi.fiche come veicolo speciale uso negozio adibito all'uso di commercio su aree pubbliche;
u) concessione di posteggio, il provvedimento con.cessorio rilasciato dal comune competente per territorio che consente l'utilizzo di un posteggio su area pubblica nell'ambito di un mercato o di una fiera o al di fuori di essi;
v) presenze effettive in un mercato o in una fiera, il numero di volte che l'operatore si è presentato, indipendentemente dall'effettivo utilizzo del po.steggio;
w) spunta in un mercato o in una fiera, l'appello per l'assegnazione dei posteggi liberi;
x) spuntista, l'operatore in possesso di abilitazione al commercio su aree pubbliche che concorre ad occupare, occasionalmente, un posteggio non occupato dal concessionario o non ancora asse.gnato;
y) operatore, il commerciante su aree pubbliche, abilitato a vendere al dettaglio su posteggio in concessione o in forma itinerante;
z) banco temporaneo, insieme di attrezzature di esposizione, eventualmente dotato di sistema di trazione o di autotrazione, facilmente smon.tabile e allontanabile dal posteggio al termine dell'attività commerciale;
aa) banco tipo, tipologia di struttura di banco da esposizione adottato dal Comune, sentite le or.ganizzazioni di categoria del commercio su aree pubbliche più rappresentative a livello provin.ciale, nel rispetto di standard minimi qualitati.vi per la loro armonizzazione con l'arredo ed il decoro urbano.

Art. 58
(Esercizio dell'attività)

1. Il commercio su aree pubbliche può essere esercita.to:
a) su posteggi dati in concessione;
b) in forma itinerante su qualsiasi area fatto salvo eventuali divieti comunali.
2. L'attività di commercio su aree pubbliche è subordi.nata al possesso dei requisiti per l'esercizio dell'atti.vità commerciale di cui agli articoli 14 e 15.
3. Possono essere titolari di autorizzazione al commer.cio su aree pubbliche o presentare la relativa comu.nicazione le persone fisiche e le società di persone e di capitali, le cooperative e loro consorzi.
4. L'autorizzazione o la comunicazione abilita sia alla vendita che alla somministrazione di prodotti ali.mentari sempre che il titolare sia in possesso dei re.quisiti richiesti per l'esercizio di tale attività. L'abi.litazione alla vendita di prodotti alimentari consente il consumo immediato dei medesimi prodotti, con esclusione del servizio assistito di somministrazio.ne e con l'osservanza delle norme vigenti in materia igienico sanitaria.
5. Il Comune individua le zone aventi valore archeo.logico, storico, artistico e ambientale nelle quali l'e.sercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari ai fini della salva.guardia delle zone predette. Possono essere stabiliti divieti e limitazioni all'esercizio anche per motivi di viabilità, di carattere igienico-sanitario o per altri motivi di pubblico interesse.
6. L'esercizio del commercio su aree pubbliche nelle aree demaniali marittime, negli aeroporti, porti, in.terporto, stazioni e autostrade è soggetto

all’assenso, comunque denominato, dei soggetti competenti in relazione alle aree medesime, che stabiliscono mo.dalità, condizioni, limiti e divieti per l’accesso alle aree predette.
7. In occasione di particolari eventi o riunioni di per.sone, il Comune può rilasciare anche a coloro che non siano già titolari di autorizzazione all’esercizio del commercio su aree pubbliche o che non abbiano presentato la relativa comunicazione, nei limiti dei posteggi appositamente previsti, concessioni od au.torizzazioni temporanee valide per i giorni di svolgi.mento dei predetti eventi e riunioni.
8. L’attività di commercio su aree pubbliche, sia iti.nerante sia su posteggio, è soggetta al possesso dei requisiti di regolarità contributiva previsti dalla nor.mativa statale vigente.
9. Il commercio di prodotti di vestiario usati o rigenera.ti è soggetto all’apposizione, sul banco di vendita, di un cartello ben visibile, al fine di informare corretta.mente il consumatore sulla natura e sulla provenien.za del prodotto.
10.All’interno dell’area mercatale il Comune può indi.viduare un’area dedicata esclusivamente alla vendita di merce usata.
11. Nell’ambito territoriale della Regione è consentito l’esercizio dell’attività di commercio su aree pubbli.che ai soggetti autorizzati dalle altre regioni italiane o dei paesi dell’Unione europea.

Art. 59

(Attività mediante posteggio)

1. L’esercizio dell’attività di commercio su aree pub.bliche mediante l’uso di posteggi si svolge nell’am.bito dei mercati, delle fiere o nei posteggi isolati, comunque istituiti.
2. L’autorizzazione all’esercizio dell’attività e la con.cessione di posteggio sono rilasciate contestualmen.te dal SUAP competente in cui ha sede il posteggio. Ogni singolo posteggio è oggetto di distinta autoriz.zazione e concessione.
3. La modifica del settore merceologico o l’aggiunta di un settore merceologico diverso, il subingresso e la cessazione dell’attività di commercio su aree pubbliche sono soggetti a comunicazione al SUAP competente per territorio, fermo il possesso dei re.quisiti previsti dalle norme nazionali e comunitarie per l’esercizio dell’attività nello specifico settore merceologico.
4. Un operatore commerciale può richiedere più auto.rizzazioni e contestuale concessione di posteggi in mercati o fiere diversi, anche se si svolgono negli stessi giorni.
5. L’autorizzazione di cui al comma 2 abilita anche:
a) all’esercizio, nell’ambito del territorio regiona.le, dell’attività in forma itinerante e nei posteggi occasionalmente liberi nei mercati e fuori mer.cato;
b) alla partecipazione alle fiere.
6. Il numero massimo di concessioni di cui uno stes.so soggetto può essere titolare, deve rispettare il se.guente criterio:
a) se il numero complessivo dei posteggi, nel mer.cato o nella fiera, è inferiore o uguale a cento, uno stesso soggetto può essere titolare o posses.sore di massimo due concessioni di posteggio per ciascun settore merceologico, alimentare e non alimentare;
b) se il numero complessivo dei posteggi, nel mer.cato o nella fiera, è superiore a cento, uno stesso soggetto può essere titolare o possessore di mas.simo tre concessioni di posteggio per ciascun settore merceologico, alimentare e non alimen.tare.
7. Nel caso di prestatore proveniente da altro Stato ap.partenente all’Unione europea, il possesso dei requi.siti di priorità è comprovato mediante la documenta.zione acquisita in base alla disciplina vigente nello Stato di provenienza.
8. I posteggi occasionalmente liberi o non occupati sono assegnati tenendo conto del maggior numero di presenze maturate. A parità del numero di presenze, si tiene conto dell’anzianità nell’esercizio dell’atti.vità di commercio su aree pubbliche, comprovata dall’iscrizione quale impresa attiva nel registro delle imprese.
9. La concessione e la relativa autorizzazione del po.steggio non può essere ceduta se non con l’azienda o un ramo d’azienda.

Art. 60
(Assegnazione dei posteggi nei mercati e
nelle fiere e nei posteggi isolati)
1. L’autorizzazione all’esercizio dell’attività e la con.cessione di posteggio nei mercati, nelle fiere comun.que istituite e nei posteggi isolati sono rilasciate te.nendo conto dei criteri stabiliti con il regolamento attuativo di cui all’articolo 16 e sono correlate alla qualità dell’offerta o alla tipologia del servizio for.nito tenendo conto dell’anzianità complessiva matu.rata dal soggetto richiedente, quale risulta dall’iscri.zione nel registro imprese per il commercio su aree pubbliche, della valorizzazione dell’imprenditoria.lità giovanile e femminile, del maggior numero di presenze maturate nel mercato, nella fiera o nel po.steggio isolato, delle tipologie di prodotti mancanti, delle caratteristiche del posteggio e dell’area.
2. I Comuni, previa indizione di apposite procedure di selezione, provvedono all’assegnazione delle con.cessioni dei posteggi, rinnovabili secondo la nor.mativa vigente, nonché al contestuale rilascio delle autorizzazioni per l’esercizio del commercio su aree pubbliche.
3. Entro il 31 gennaio, 31 maggio e 30 settembre di ogni anno il Comune invia i bandi alla struttura or.ganizzativa regionale competente ai fini della loro pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regio.ne, da effettuare entro i trenta giorni successivi al ricevimento. I bandi sono pubblicati anche nei siti internet del Comune e della Regione e ne viene data comunicazione alle organizzazioni imprenditoriali del commercio maggiormente rappresentative.
4. Il bando deve contenere in particolare:
a) la denominazione del mercato e l’elenco dei po.steggi da assegnare, eventualmente suddiviso per settori;
b) l’indicazione del numero identificativo del po.steggio e le caratteristiche dell’area;
c) il termine entro il quale gli interessati devono far pervenire la domanda e il termine entro il quale il Comune redige la graduatoria, che non può comunque superare i sessanta giorni dalla pubblicazione del bando;
d) il fac-simile della domanda.
5. La durata della concessione di posteggio ed il rinno.vo avvengono nel rispetto delle disposizioni di legge in vigore.
6. Lo scambio consensuale di posteggio all’interno del.la stessa fiera, ove non contrasti con la normativa in vigore, è subordinato alla presentazione di apposita domanda, con allegata scrittura privata, al Comune, che provvede ad annotare nelle autorizzazioni la nuova numerazione.
Art. 61
(Disposizioni generali per le fiere)
1. Le aree destinate alle fiere, comunque istituite, sono determinate dal Comune, sentite le organizzazio.ni delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggiormente rappresentative a livello re.gionale e le associazioni dei consumatori iscritte al registro regionale.
2. In alternativa a quanto previsto al comma 5 dell’ar.ticolo 60, il Comune può assegnare annualmente i posteggi nelle fiere in base ad una graduatoria i cui criteri sono stabiliti dal regolamento attuativo di cui all’articolo 16 che necessariamente contiene la maggiore professionalità acquisita, anche in modo discontinuo, nell’esercizio del commercio sulle aree pubbliche ricavabile dalle presenze maturate nella fiera ed in altre fiere similari, l’anzianità di impresa comprovata dall’iscrizione quale impresa attiva nel registro delle imprese della Camera di Commercio.
3. Le domande di concessione dei posteggi devono per.venire al SUAP almeno sessanta giorni prima dello svolgimento della fiera o entro il termine previsto dal regolamento comunale di cui all’articolo 64.
4. La graduatoria per l’assegnazione dei posteggi è af.fissa all’albo comunale almeno venti giorni prima dello svolgimento della fiera. Dopo la formulazione della graduatoria non sono accoglibili modifiche re.lative a subentro per affitto di azienda.
5. Nell’assegnazione dei posteggi liberi nelle fiere sono osservati i criteri di cui al comma 2.
Art. 62
(Posteggi riservati)

1. Il Comune nel regolamento di cui all’articolo 64 può prevedere una riserva di posteggi nei mercati e nelle fiere da destinare:
a) ai soggetti portatori di handicap ai sensi della legge 5 febbraio 1992, n. 104 (Legge-quadro per l’assistenza, l’integrazione sociale e i diritti del.le persone handicappate) nella percentuale del 3 per cento del totale dei posteggi;
b) ai produttori agricoli nella percentuale massima del 10 per cento del totale dei posteggi;
c) alle organizzazioni del commercio equo e soli.dale di cui alla lettera n) del comma 1 dell’arti.colo 57, alle imprese artigiane ed alle imprese di servizi;
d) agli hobbisti e ai creativi di cui al comma 2 dell’articolo 68, nella percentuale massima del 5 per cento del totale dei posteggi.
2. I posteggi riservati di cui al comma 1, qualora occa.sionalmente non occupati dagli aventi diritto, pos.sono essere temporaneamente assegnati dal Comune prioritariamente ad altri soggetti di cui al medesimo comma 1 o, in loro assenza, ad altri soggetti aventi comunque tutti i requisiti di cui a questo capo.
3. I soggetti di cui al comma 1 non possono essere ti.tolari di una concessione di posteggio riservato nello stesso mercato o fiera. Il posteggio riservato non è cedibile.
4. Il Comune può destinare posteggi riservati a merce.ologie mancanti o carenti nella fiera nel limite mas.simo del 10 per cento del totale.

Art. 63
(Attività di vendita in forma itinerante)

1. L’attività di vendita in forma itinerante è soggetta alla presentazione della comunicazione al SUAP competente per il territorio nel quale l’esercente in.tende avviare l’attività.
2. La comunicazione di cui al comma 1 abilita l’opera.tore anche:
a) all’esercizio del commercio in forma itinerante sul territorio nazionale;
b) alla partecipazione ai mercati e alle fiere in am.bito nazionale;
c) alla vendita al domicilio del consumatore, non.ché nei locali ove questi si trova per motivi di lavoro, di studio, di cura, di intrattenimento o svago.
3. La comunicazione contiene le seguenti dichiarazio.ni:
a) i dati anagrafici e il codice fiscale e, nel caso di società di persone, la ragione sociale;
b) il possesso dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15;
c) il settore o i settori merceologici.
4. Alla comunicazione è allegata la dichiarazione so.stitutiva di non possedere altre autorizzazioni o aver presentato altra comunicazione per l’esercizio di at.tività in forma itinerante.
5. Uno stesso soggetto non può presentare più di una comunicazione. Il divieto non si applica a chi suben.tra nell’attività di aziende già operanti.
6. Una società di persone può presentare tante comuni.cazioni quanti sono i soci, nel rispetto dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15 e nei limiti di quanto previsto dalle lettere a) e b) del comma 6 dall’articolo 59. Tali soggetti devono essere nominativamente indicati.
7. L’attività di vendita itinerante può essere effettua.ta con mezzi motorizzati o altro, in qualunque area pubblica non espressamente interdetta dal Comune, per il tempo strettamente necessario a servire il con.sumatore, senza esposizione della merce su banchi fissi. La sosta nello stesso spazio è permessa fino a un’ora, trascorsa la quale l’operatore commerciale è tenuto a spostarsi di almeno cinquecento metri e non può rioccupare la stessa area nell’arco della giornata. La sosta nei posteggi isolati è effettuata nei tempi e nei modi previsti dal regolamento comunale.
8. Il Comune, con il regolamento di cui all’articolo 64 individua le zone interdette al commercio itinerante. È fatto divieto di interdire al commercio itinerante l’intero territorio comunale. Il commercio itinerante è vietato nell’ambito delle aree adiacenti lo svolgi.mento del mercato o della fiera, intendendosi come aree adiacenti quelle poste ad una distanza inferiore a un chilometro o ad altra distanza eventualmente prevista dal medesimo Comune.

Art. 64
(Regolamento comunale)

1. Il Comune, sentite le organizzazioni delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggior.mente rappresentative a livello regionale e le asso.ciazioni dei consumatori iscritte al registro regiona.le, adotta il regolamento dei mercati e delle fiere che contiene in particolare:
a) la tipologia del mercato o della fiera, specifican.do i giorni di svolgimento e il numero dei po.steggi;
b) la localizzazione e l'articolazione del mercato, compresa l'eventuale sua suddivisione in zone distinte riservate al commercio di generi alimen.tari;
c) le modalità di accesso degli operatori e la siste.mazione delle attrezzature di vendita;
d) la regolazione della circolazione pedonale e vei.colare;
e) le modalità di assegnazione dei posteggi occa.sionalmente liberi o comunque non assegnati;
f) le modalità di registrazione delle presenze e del.le assenze degli operatori;
g) le modalità di assegnazione dei posteggi a se.guito di ristrutturazione, modifica o spostamen.to del mercato;
h) le modalità e i divieti da osservarsi nell'eserci.zio dell'attività di vendita;
i) le ipotesi di decadenza e di revoca delle conces.sioni di posteggio;
j) le norme igienico-sanitarie da osservarsi per la vendita dei prodotti alimentari, nel rispetto delle disposizioni di legge;
k) le sanzioni da applicarsi nell'ipotesi di violazio.ne dei regolamenti comunali;
l) le modalità di esercizio della vigilanza;
m) i posteggi riservati;
n) le modalità di svolgimento della fiera e del mer.cato in caso di coincidenza delle due manifesta.zioni;
o) le modalità, i criteri per l'istituzione e lo svol.gimento dei mercatini di cui all'articolo 68, nonché le modalità di gestione e di attribuzione degli spazi ai singoli operatori mediante la defi.nizione di procedure tese ad evitare fenomeni di speculazione e intermediazione fittizia.

Art. 65
(Modifiche dei mercati già esistenti
e trasferimento)

1. La modifica della dislocazione dei posteggi, la di.minuzione o l'aumento del numero dei posteggi, la variazione di periodicità e lo spostamento della data di svolgimento del mercato o della fiera sono disposti dal Comune, sentite le organizzazioni del.le imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggiormente rappresentative a livello regionale e le associazioni dei consumatori iscritte al registro re.gionale.
2. Il trasferimento del mercato o della fiera temporaneo o definitivo in altra sede o altro giorno è disposto dal Comune per:
a) motivi di pubblico interesse;
b) cause di forza maggiore;
c) limitazioni e vincoli imposti da motivi di viabi.lità, di traffico o igienico-sanitari.
3. Nel caso si proceda al trasferimento del mercato o della fiera in altra sede, per la riassegnazione dei po.steggi agli operatori già titolari di concessioni il Co.mune, nel rispetto delle dimensioni e caratteristiche dei posteggi disponibili e in relazione alle merceolo.gie alimentari o non alimentari e al tipo di attrezzatu.ra di vendita, tiene conto in particolare dell'anzianità di presenza su base annua. Nel caso di subentro, si considerano le presenze del cedente. A parità di pun.teggio, si considera l'anzianità di inizio dell'attività di commercio su aree pubbliche. In caso di acquisto di azienda, si considera la data di inizio dell'attività da parte dell'acquirente. In caso di affitto o di affi.damento della gestione si considera la data di inizio dell'attività da parte del titolare. In fase di subentro nell'attività tra familiari, per causa di morte o atto tra vivi, si considera la data di inizio di attività del dante causa.
4. Nel caso di trasferimento parziale del mercato o del.la fiera e fino ad un massimo del 40 per cento dei posteggi, il Comune individua ulteriori aree da de.stinare ai soggetti che operano nella zona oggetto di trasferimento. La

riassegnazione dei posteggi è ef.fettuata tenendo conto dei criteri di cui al comma 3.

Art. 66
(Miglioramento)

1. I posteggi in un mercato o in una fiera resisi liberi per rinuncia, revoca, decadenza o altre cause, esclusi i posteggi di nuova istituzione, sono assegnati prio.ritariamente agli operatori già titolari di un posteg.gio nello stesso mercato o fiera. Il Comune indice un bando pubblico per il miglioramento, tenendo conto dei seguenti criteri di priorità:

a) anzianità di presenza nel mercato o nella fiera calcolata su base annua;

b) anzianità di esercizio dell'impresa, comprovata dalla data dell'iscrizione quale impresa attiva di commercio su aree pubbliche nel registro delle imprese e riferita al soggetto titolare della con.cessione del posteggio.

2. Il Comune può integrare i criteri indicati al comma 1 nel rispetto di quanto previsto dalla normativa euro.pea, statale e regionale vigente.

Art. 67
(Calendario regionale delle manifestazioni
su aree pubbliche)

1. La Giunta regionale predispone il calendario regio.nale ufficiale dei mercati e delle fiere su aree pubbli.che. Il calendario, pubblicato nel Bollettino ufficiale della Regione entro il 31 gennaio dell'anno succes.sivo, elenca, in ordine cronologico e per Comune, i mercati e le fiere con le seguenti indicazioni:

a) luogo in cui si svolge la manifestazione;

b) denominazione;

c) data di svolgimento;

d) settori merceologici;

e) orario di apertura;

f) numero complessivo di posteggi.

2. Entro il 30 ottobre di ogni anno i Comuni inviano alla struttura regionale competente la situazione re.lativa ai loro mercati e fiere con l'indicazione della denominazione, della localizzazione, dell'ampiezza delle aree, del numero dei posteggi, della durata di svolgimento, dell'orario di apertura e chiusura e, nell'ipotesi di mercati, anche del nominativo dell'as.segnatario del posteggio.

Art. 68
(Mercatini dell'antiquariato e del collezionismo)

1. I Comuni, sentite le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative, possono istituire mercatini dell'antiquariato e del collezionismo a cui partecipano:

a) gli operatori che esercitano l'attività commer.ciale in modo professionale, ai quali si applica.no tutte le norme vigenti sull'attività commer.ciale effettuata su aree pubbliche, ivi compreso il rilascio del titolo abilitativo;

b) gli operatori che non esercitano l'attività com.merciale in modo professionale e che vendono beni ai consumatori in modo del tutto sporadico e occasionale;

c) operatori artigianali, regolarmente iscritti nell'albo delle imprese artigiane, esclusivamen.te per la vendita di beni di propria produzione;

d) enti di solidarietà, associazioni, cooperative o altri organismi collettivi la cui attività e presen.za nel mercato abbia una chiara e riconoscibile finalità di solidarietà e d'inclusione sociale.

2. Gli operatori di cui alla lettera b) del comma 1 sono:

a) hobbisti, soggetti che vendono, barattano, pro.pongono o espongono, in modo saltuario ed oc.casionale, merci di modico valore che non supe.rino il prezzo unitario di euro 300,00;

b) creativi, soggetti che vendono, propongono od espongono in modo saltuario ed occasionale prodotti di propria invenzione.

3. Gli hobbisti ed i creativi devono essere in possesso di un tesserino rilasciato dal Comune di residenza o dal Comune capoluogo di regione per i residenti in altre regioni.

4. Nel regolamento comunale di cui all'articolo 64 sono stabiliti anche:

a) le caratteristiche del tesserino identificativo, le modalità di rilascio e di restituzione in caso di perdita dei requisiti e la durata del tesserino;

b) le modalità di vidimazione, di esposizione e di controllo;
c) il numero di partecipazioni annuali ai mercatini di cui al comma 1.
5. Il tesserino non è cedibile o trasferibile e deve essere esposto durante il mercatino in modo ben visibile e leggibile sia al pubblico sia agli organi preposti al controllo.
6. La mancanza del tesserino di cui al comma 3 o della vidimazione relativa al mercatino in corso di svolgi.mento comporta l'applicazione della sanzione di cui all'articolo 72.
7. In caso di assenza del titolare del tesserino identi.ficativo, o di mancata esposizione del tesserino al pubblico o agli organi preposti alla vigilanza, oppure di vendita, con un prezzo unitario superiore ad euro 300,00, si applica la sanzione di cui all'articolo 72.

Art. 69
(Tavolo di monitoraggio)

1. La Regione, allo scopo di acquisire tutti gli elementi informativi e conoscitivi utili alla definizione e alla attuazione degli interventi a favore del commercio su aree pubbliche e di assicurare un sistema coordi.nato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficien.za di tale settore commerciale, istituisce il Tavolo di monitoraggio per la rilevazione, l'analisi e lo studio delle problematiche del settore, comprese quelle re.lative all'abusivismo.
2. Il Tavolo di monitoraggio è composto da:
a) un rappresentante della struttura regionale com.petente in materia di commercio;
b) un rappresentante dell'ANCI regionale;
c) un rappresentante delle Associazioni di catego.ria rappresentative del commercio su aree pub.bliche nominato congiuntamente;
d) un rappresentante della Camera di Commercio.
3. L'attività del Tavolo di monitoraggio è svolta a titolo gratuito e non comporta oneri a carico del bilancio regionale.

Art. 70
(Orari di apertura)

1. L'orario di apertura del mercato e delle fiere è sta.bilito dal Comune, tenuto conto prioritariamente delle esigenze degli operatori commerciali, sentite le organizzazioni delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggiormente rappresentative a livello regionale e le associazioni dei consumatori iscritte al registro regionale.
2. Il Comune può imporre limitazioni negli orari di apertura:
a) a tutela di motivi imperativi di interesse genera.le;
b) nei casi di indisponibilità dell'area per motivi di sicurezza stradale, di carattere sanitario e di pubblico interesse.

Art. 71
(Sospensione e revoca dell'autorizzazione.
Sospensione e inibizione dell'attività esercitata
in base a SCIA)

1. L'autorizzazione o l'attività esercitata in base a SCIA è sospesa:
a) nel caso in cui l'operatore commerciale non provveda al pagamento degli oneri relativi all'occupazione del suolo pubblico, fino alla re.golarizzazione del pagamento con le modalità previste dal regolamento comunale di cui all'ar.ticolo 64;
b) in caso di violazione delle prescrizioni in ma.teria igienico-sanitaria, per un massimo di sei mesi;
c) per motivi di salute pubblica o di dichiarazione dello stato di emergenza ai sensi della pertinente normativa.
2. L'autorizzazione è revocata o è inibito l'esercizio dell'attività esercitata in base a SCIA:
a) se l'operatore non inizia l'attività entro sei mesi dalla data del rilascio dell'autorizzazione o della presentazione della SCIA, salva la concessione di proroga per comprovata necessità;
b) in caso di mancato utilizzo del posteggio in ciascun anno solare per periodi di tempo com.plessivamente superiori a quattro mesi, salvo il caso di assenza per malattia, gravidanza o lega.ta ai permessi di cui alla legge 104/1992. Nei mercati con svolgimento inferiore all'anno, le assenze sono calcolate in proporzione all'effet.tiva durata. La revoca o l'inibizione comporta la decadenza dalla concessione del posteggio e riguarda chi non

utilizzi il posteggio per un numero di giorni complessivamente superiore al numero dei giorni di attività possibili secondo il tipo di autorizzazione nel corso di quattro mesi. Qualora il posteggio venga utilizzato per l'e.sercizio di un'attività stagionale, il numero dei giorni di mancato utilizzo oltre il quale è com.minata la sanzione è ridotto in proporzione alla durata dell'attività. Accertato il mancato utilizzo del posteggio nei termini suindicati, la revoca o l'inibizione e la relativa decadenza vanno noti.ficate all'interessato dall'organo comunale com.petente se:

1) l'operatore sospende l'attività di commercio su aree pubbliche per più di un anno, salvo proroga in caso di comprovata necessità non superiore a sei mesi;

2) vengono meno i requisiti di cui agli articoli 14 e 15;

3) l'operatore non provvede al pagamento degli oneri di cui alla lettera a) del comma 1, entro sei mesi dall'inizio del periodo di sospensione;

4) per ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività ai sensi della lettera b) del comma 1.

Art. 72
(Sanzioni)

1. Chiunque esercita l'attività di commercio su aree pubbliche senza il necessario titolo autorizzatorio o concessione di posteggio ovvero senza i requisiti di cui agli articoli 14 e 15 è soggetto alla sanzione am.ministrativa del pagamento di una somma da euro 2.500,00 ad euro 15.000,00, al sequestro cautelare delle attrezzature e delle merci ed alla successiva confisca delle stesse, ai sensi della legge regionale 10 agosto 1998, n. 33 (Disciplina generale e delega per l'applicazione delle sanzioni amministrative di competenza regionale).

2. In caso di assenza del titolare, l'esercizio del com.mercio su aree pubbliche svolto fuori dai casi previ.sti dal comma 11 dell'articolo 58 o senza il possesso dei requisiti previsti dagli articoli 14 e 15, è punito con una sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 250,00 ad euro 1.500,00. Tale sanzione è irrogata al titolare dell'autorizzazione.

3. Per ogni altra violazione delle disposizioni di que.sto capo si applica la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 250,00 ad euro 1.500,00.

4. Chiunque violi le limitazioni ed i divieti stabiliti dal Comune per l'esercizio del commercio su aree pub.bliche è soggetto alla sanzione amministrativa di cui al comma 3, al sequestro cautelare delle attrezzature e delle merci ed alla successiva confisca delle stesse, ai sensi della l.r. 33/1998.

5. In caso di particolare gravità o di reiterate violazio.ni può essere disposta la sospensione dell'attività di vendita per un periodo da uno a venti giorni. La reiterazione si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un periodo di dodici mesi, anche se si è proceduto al pagamento in misura ridotta della sanzione. Ai fini della reiterazio.ne, hanno rilievo le violazioni compiute nel territorio regionale.

Art. 73
(Rinuncia)

1. L'operatore commerciale titolare di più autorizzazio.ni amministrative al commercio su aree pubbliche, che rinuncia ad una delle autorizzazioni, può chiede.re al Comune competente la trascrizione nell'auto.rizzazione scelta delle presenze maturate nei mercati e nelle fiere che si svolgono nelle Marche.

TITOLO III
Attività di somministrazione al pubblico
di alimenti e bevande

Art. 74
(Definizioni e ambito di applicazione)

1. Ai fini dell'applicazione delle disposizioni contenute in questo titolo si intende per:

a) somministrazione al pubblico di alimenti e be.vande, la vendita ed il relativo servizio per il consumo sul posto, che comprende tutti i casi in cui gli acquirenti consumano il prodotto nei lo.cali dell'esercizio o in un'area aperta al pubblico attrezzati allo scopo;

b) area aperta al pubblico, quella adiacente, pro.spiciente o comunque pertinente al locale cui si riferisce il titolo abilitativo, ottenuta in conces.sione o autorizzazione temporanea se pubblica ovvero a disposizione dell'operatore, se privata appositamente attrezzata e gestita per la funzio.nalità del servizio;
c) attrezzatura ed impianti di somministrazione, tutti i mezzi e gli strumenti idonei a consentire il consumo sul posto di alimenti e bevande;
d) somministrazione non assistita, la consumazione all'interno del locale di vendita o di spazi aperti al pubblico dei prodotti alimentari ivi acquistati mediante l'uso di suppellettili e dotazioni, anche dedicati, presenti all'interno dello stesso locale; tale tipologia di attività non rientra nelle dispo.sizioni di cui a questo titolo;
e) somministrazione nel domicilio del consumato.re o catering, l'organizzazione di somministra.zione di alimenti e bevande rivolta al consuma.tore presso la sua dimora, nonché presso il luogo in cui si trovi per motivi di lavoro o di studio o per lo svolgimento di particolari eventi quali cerimonie o convegni;
f) home restaurant, attività di somministrazione di alimenti e bevande esercitata nei locali di esclu.siva proprietà di un privato o di cui il medesimo soggetto abbia la piena disponibilità, previa pre.notazione e mediante corrispettivo; tale tipolo.gia di attività è soggetta alle disposizioni di cui a questo titolo;
g) esercizi non aperti al pubblico, quelli a cui può accedere esclusivamente una cerchia limitata ed individuabile di persone;
h) somministrazione nelle mense aziendali, la somministrazione di pasti offerta dal datore di lavoro ai propri dipendenti ed ai dipendenti di altre aziende convenzionate, in forma diretta o indiretta;
i) degustazione, il consumo sul posto di assaggi di alimenti e bevande per fini promozionali e di vendita dei rispettivi prodotti.

Art. 75
(Esercizio dell'attività)

1. Gli esercizi di somministrazione al pubblico di ali.menti e bevande sono costituiti da un'unica tipolo.gia, che comprende anche la somministrazione di bevande alcoliche nei limiti previsti dalla pertinente disciplina sanitaria.
2. Nelle zone sottoposte a tutela mediante program.mazione ai sensi del comma 3 dell'articolo 64 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazio.ne della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno), l'apertura o il trasferimento di sede degli esercizi di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande è soggetto ad autorizzazione, rilasciata dal SUAP competente per territorio.
3. Nelle zone di cui al comma 2 i Comuni, nell'am.bito della loro potestà normativa, approvano, quale strumento di semplificazione procedurale per il ri.lascio della concessione per l'occupazione di suolo pubblico, un catalogo di arredo urbano commerciale nel quale sono indicati gli elementi di arredo per ti.pologia e materiale, ivi compresi i dehors, compati.bili con le aree pubbliche aventi particolare valore archeologico, storico, artistico e paesaggistico ai fini della loro salvaguardia.
4. Fatto salvo quanto previsto al comma 2 l'apertura o il trasferimento di sede è soggetto a SCIA, da pre.sentare al SUAP competente per territorio.
5. L'esercizio dell'attività è subordinato all'accerta.mento dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15, non.ché:
a) alla disponibilità da parte dell'interessato dei lo.cali nei quali intende esercitare l'attività;
b) all'indicazione dell'eventuale preposto all'eser.cizio;
c) alla notifica sanitaria prevista per le imprese ali.mentari ai sensi del reg. (CE) n. 852/2004 e al certificato di prevenzione incendi, ove previsto e nel rispetto delle disposizioni di legge;
d) all'accertamento della conformità dei locali ai criteri stabiliti dal decreto del Ministro dell'in.terno 17 dicembre 1992, n. 564 (Regolamento concernente i criteri di sorvegliabilità dei locali adibiti a pubblici esercizi per la somministrazio.ne di alimenti e bevande).
6. L'attività di somministrazione di alimenti e bevande è esercitata nel rispetto delle disposizioni in materia edilizia, urbanistica, igienico-sanitaria, di sicurezza, di prevenzione incendi, di inquinamento acustico. La

SCIA ha validità limitatamente ai locali e all'area pubblica o privata in essa indicati.
7. Entro trenta giorni dalla presentazione della SCIA, il Comune ne comunica gli estremi, anche in via telematica, al Prefetto, al Questore, all'Area vasta dell'Asur competente per territorio e alla Camera di Commercio.
8. Gli esercizi di somministrazione aperti al pubbli.co di cui al comma 1 hanno facoltà di vendere per asporto i prodotti per i quali sono stati autorizzati alla somministrazione e sono abilitati all'installazio.ne e all'uso di apparecchi radiotelevisivi ed impianti per la diffusione sonora e di immagini, nonché di giochi, nel rispetto delle disposizioni previste dalle leggi di settore.
9. Il subingresso e l'attività di somministrazione al do.micilio del consumatore sono soggetti a comunica.zione da inviare al SUAP di competenza per territo.rio.

Art. 76
(Disposizioni per i distributori automatici)

1. L'installazione di distributori automatici per la som.ministrazione di alimenti e bevande in locali esclu.sivamente destinati a tale attività è sottoposta alla disciplina prevista dall'articolo 75.
2. È vietata la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione mediante distributori auto.matici.

Art. 77
(Centri rurali di ristoro e degustazione)

1. Sono ricompresi nella tipologia di cui al comma 1 dell'articolo 75 i centri rurali di ristoro e degustazio.ne, la cui attività è finalizzata alla corretta fruizione dei beni naturalistici, ambientali e culturali del terri.torio rurale. A tal fine:
a) l'attività è esercitata in immobili, ubicati all'e.sterno del territorio urbanizzato come delimitato dagli strumenti urbanistici vigenti o nei borghi rurali, che mantengono le caratteristiche proprie dell'edilizia tradizionale della zona. Le autoriz.zazioni non sono trasferibili in altre zone non agricole;
b) la ristorazione deve basarsi su un'offerta gastro.nomica tipica della zona nel rispetto delle nor.mative vigenti in materia;
c) gli arredi e i servizi degli immobili e delle strut.ture debbono ispirarsi alla cultura rurale della zona.

Art. 78
(Attività escluse)

1. Le norme contenute in questo titolo non si applica.no:
a) alle attività turistiche ed agrituristiche che resta.no disciplinate dalle rispettive leggi regionali;
b) agli artigiani che svolgono attività di sommini.strazione di alimenti e bevande mediante con.sumo immediato, nei locali di produzione e in quelli ad essi adiacenti e comunicanti, in via strumentale o accessoria, senza attrezzature di somministrazione finalizzate.
2. Sono fatte salve le disposizioni di cui al decreto del Presidente della Repubblica 4 aprile 2001, n. 235 (Regolamento recante semplificazione del procedi.mento per il rilascio dell'autorizzazione alla sommi.nistrazione di alimenti e bevande da parte di circoli privati), agli articoli 86 e 110 del regio decreto 18 giugno 1931, n. 773 (Approvazione del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza), nonché ogni altra disposizione statale in materia di sorvegliabilità dei locali adibiti a pubblici esercizi per la somministra.zione di alimenti e bevande e in materia di ordine pubblico e sicurezza.

Art. 79
(Indirizzi e criteri regionali)

1. La Giunta regionale, nel perseguimento delle finalità di cui all'articolo 1 e garantendo il giusto bilancia.mento dei motivi imperativi di interesse generale, con il regolamento attuativo di cui all'articolo 16, stabilisce gli indirizzi generali ai quali si attengono i Comuni nell'adozione dei relativi atti di regolamen.tazione del settore, con particolare riferimento:
a) alle modalità e ai criteri per il rilascio delle auto.rizzazioni e presentazioni della SCIA;
b) alla salvaguardia e alla qualificazione delle aree di interesse storico e culturale, compreso il recu.pero di aree o edifici;

c) alla qualificazione e valorizzazione dei luoghi del commercio mediante la previsione di misure atte ad incentivare l'insediamento degli esercizi di somministrazione, con particolare riguardo alla valorizzazione dei prodotti tipici locali e del territorio regionale e alle aree montane e rurali;
d) al rilascio delle concessioni di occupazione di suolo pubblico;
e) alle caratteristiche e allo sviluppo urbanistico del territorio;
f) al traffico, alla mobilità, all'inquinamento acu.stico e ambientale;
g) alla necessità di tutelare i locali storici.

Art. 80
(Indirizzi e criteri comunali)

1. I Comuni, sentite le organizzazioni delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggiormente rappresentative a livello regionale, le associazioni dei consumatori iscritte al registro regionale, nonché le organizzazioni dei lavoratori del settore maggior.mente rappresentative a livello regionale, sulla base degli indirizzi di cui all'articolo 79, stabiliscono i criteri, con esclusione di quello numerico, e le pro.cedure relativi al rilascio delle autorizzazioni all'a.pertura, al trasferimento di sede e all'ampliamento della superficie tenendo conto dei seguenti indirizzi:
a) vocazione delle diverse aree territoriali;
b) salvaguardia e qualificazione delle aree di inte.resse artistico, ambientale, storico e culturale, recupero di aree o edifici di particolare interesse attraverso la presenza di qualificate attività di somministrazione;
c) esistenza di progetti di qualificazione e valoriz.zazione dei luoghi del commercio;
d) valorizzazione di progetti innovativi che coin.volgono nuove forme di imprenditoria e si basa.no sull'utilizzo di nuove tecniche commerciali;
e) salvaguardia dei locali storici;
f) aree del territorio carenti di servizio;
g) destinazioni d'uso degli immobili da adibire come locali per l'esercizio dell'attività di som.ministrazione di alimenti e bevande, comprese le limitazioni nella variazione di destinazione d'uso dei locali medesimi.
2. Il Comune, ove riscontri che parti del proprio territo.rio, in relazione alla loro specificità, risultano carenti di servizio, può prevedere misure ed interventi volti a favorire ed incentivare l'insediamento di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, con par.ticolare riguardo alle aree montane e rurali.
3. I Comuni determinano altresì le condizioni per l'e.sercizio delle attività in forma stagionale, da svol.gersi in modo continuativo per uno o più periodi da uno a otto mesi.
4. I Comuni individuano altresì i criteri e le modalità per l'esercizio dell'attività di catering e home restau.rant.

Art. 81
(Home restaurant)

1. Costituisce attività di home restaurant l'evento ca.ratterizzato dalla somministrazione di alimenti e bevande che viene effettuato presso la propria abi.tazione da parte di persone fisiche, in possesso dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15.
2. Per l'esercizio dell'attività devono essere rispettate le vigenti normative igienico-sanitarie e di sicurezza alimentare, consentendo l'accesso ai locali da parte delle competenti autorità.
3. Gli home restaurants devono rispondere ai requisi.ti previsti dal regolamento regionale e comunale in materia di somministrazione di alimenti e bevande e non possono effettuare vendita per asporto né a do.micilio.
4. L'attività di home restaurant è soggetta a SCIA da inviare al SUAP competente per territorio.

Art. 82
(Ulteriori attività soggette a SCIA)

1. Sono soggette a SCIA, da presentare al SUAP com.petente per territorio, le attività per la somministra.zione al pubblico di alimenti e bevande esercitate:
a) negli esercizi situati all'interno delle autostrade, delle stazioni dei mezzi di trasporto pubblico, delle stazioni ferroviarie, aeroportuali e maritti.me;

b) all’interno di musei, teatri, sale da concerto, ci.nema, librerie, gallerie d’arte e simili;
c) nelle mense aziendali e negli spacci di aziende, enti, scuole ed università, ospedali, case di ripo.so, stabilimenti delle forze dell’ordine, strutture di accoglienza per immigrati o rifugiati ed altre strutture simili;
d) negli esercizi polifunzionali;
e) negli esercizi situati all’interno dei centri o Par.chi commerciali, dei centri agroalimentari e dei mercati all’ingrosso;
f) negli esercizi in cui la somministrazione al pub.blico di alimenti e bevande viene svolta con.giuntamente ad una prevalente attività di spet.tacolo, intrattenimento e svago, quali: sale da ballo, locali notturni, impianti sportivi, sale da gioco, stabilimenti balneari;
g) negli esercizi posti nell’ambito degli impianti stradali di distribuzione carburanti;
h) negli esercizi di somministrazione annessi ai ri.fugi alpini.
2. L’attività congiunta di cui alla lettera a) del comma 1 si intende prevalente nei casi in cui la superficie utilizzata per il suo svolgimento è pari ad almeno tre quarti della superficie complessivamente a disposi.zione per l’esercizio dell’attività, esclusi magazzini, depositi, uffici e servizi.
3. Il locale ove è esercitata la somministrazione deve essere conforme alle norme e prescrizioni edilizie, urbanistiche, igienico sanitarie, di sicurezza, di pre.venzione incendi, di inquinamento acustico e di sor.vegliabilità, ove previste e, in particolare, al posses.so delle prescritte autorizzazioni in materia.

Art. 83
(Somministrazione temporanea)

1. L’attività di somministrazione temporanea di ali.menti e bevande svolta in occasione di fiere, feste, mercati o di altre riunioni straordinarie di persone o eventi straordinari è soggetta a comunicazione da inviare al SUAP competente per territorio, valida soltanto per il periodo di effettivo svolgimento delle manifestazioni e per i locali o le aree cui si riferisco.no e comunque per un periodo non superiore a trenta giorni.
2. L’attività di somministrazione di cui al comma 1 è svolta previo accertamento dei requisiti di onorabili.tà di cui all’articolo 14, nonché dei requisiti di sicu.rezza e igienico-sanitari.
3. L’attività di somministrazione di cui al comma 1 non è soggetta al rispetto della normativa vigente in materia di destinazione d’uso dei locali, delle aree e degli edifici.
4. L’attività di somministrazione di alimenti e bevande può essere svolta in occasione di manifestazioni a carattere religioso, culturale, tradizionale, politico, sindacale, sportivo o di eventi locali straordinari e di eventi e manifestazioni organizzati da enti del terzo settore, ai sensi dell’articolo 70 del decreto legisla.tivo 3 luglio 2017, n. 117 (Codice del Terzo settore, a norma dell’articolo 1, comma 2, lettera b), della legge 6 giugno 2016, n. 106).

Art. 84
(Limitazioni all’esercizio dell’attività)

1. I Comuni vietano la somministrazione di bevande alcoliche o superalcoliche in relazione a esigenze di interesse pubblico. Il divieto di somministrazione di bevande alcoliche o superalcoliche può essere:
a) permanente o temporaneo;
b) adottato come disposizione generale per tutti gli esercizi di una determinata area del territorio co.munale ovvero come prescrizione data ai sensi dell’articolo 9 del r.d. 773/1931;
c) adottato in occasione di particolari eventi o ma.nifestazioni o anche in determinate fasce orarie per prevenire conseguenze dannose derivanti dall’assunzione di alcolici e superalcolici.

Art. 85
(Subingresso)

1. Il trasferimento della titolarità, per atto tra vivi, dell’esercizio di somministrazione di alimenti e be.vande e del relativo titolo abilitativo è subordinato a comunicazione unica da presentare al SUAP compe.tente per territorio, utilizzando la modulistica unifi.cata adottata dalla Regione. La presentazione della comunicazione deve avvenire entro novanta giorni dalla stipula dell’atto di trasferimento e determina d’ufficio la reintestazione, con

efficacia immediata, nei confronti del subentrante, del titolo abilitativo, del provvedimento concessorio per l'occupazione di suolo pubblico, qualora presente, nonché dell'even.tuale titolo abilitativo all'insegna, nei confronti del subentrante, a condizione che lo stesso sia in pos.sesso dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15 e sia provato l'effettivo trasferimento.

2. Al subingresso per causa di morte si provvede me.diante comunicazione da presentare al SUAP com.petente per territorio, entro un anno dalla morte del dante causa a pena di decadenza del titolo sal.vo proroga per comprovati casi di forza maggiore, utilizzando la modulistica unificata adottata dalla Regione. Qualora il soggetto che eredita intenda proseguire l'attività di somministrazione, può con.tinuarla dalla data di morte del titolare, dichiarando nella comunicazione il possesso dei requisiti di cui all'articolo 15.

3. Qualora il soggetto che eredita non intenda prose.guire l'attività di somministrazione e la ceda ad altri, la presentazione della comunicazione da parte del subentrante, che dichiari il possesso dei requisiti di cui agli articoli 14 e 15 e l'avvenuto trasferimento della titolarità, determina d'ufficio la reintestazione, con efficacia immediata, del titolo abilitativo, del provvedimento concessorio per l'occupazione di suolo pubblico, qualora presente, nonché dell'even.tuale titolo abilitativo all'insegna, nei confronti del subentrante stesso.

Art. 86

(Sospensione e decadenza)

1. I titoli abilitativi per l'esercizio dell'attività di som.ministrazione e i provvedimenti concessori, qualora presenti, sono sospesi per un periodo non inferiore a cinque giorni e non superiore a quindici, in caso di reiterazione per il mancato rispetto delle disposizio.ni dell'articolo 89.

2. Il titolo abilitativo per l'esercizio dell'attività di somministrazione decade ed il provvedimento con.cessorio per l'occupazione di suolo pubblico, nel caso in cui sia presente, è revocato:

a) qualora l'attività non sia ripresa dopo la sospen.sione di un anno, salvo proroga in caso di com.provata necessità e su motivata istanza;

b) qualora il titolare dell'esercizio, salvo proroga in caso di comprovata necessità e su richiesta con motivata istanza, non lo attivi entro centottanta giorni dalla data del rilascio dell'autorizzazione o di presentazione della SCIA, nel caso in cui il locale, ove si svolge l'attività, non necessiti di opere edilizie che comportino il rilascio di ap.posito titolo;

c) qualora il titolare dell'esercizio, salvo proroga in caso di comprovata necessità e su richiesta con motivata istanza, non lo attivi entro quaran.totto mesi dalla data del rilascio dell'autorizza.zione o di presentazione della SCIA, nel caso in cui il locale, ove si svolge l'attività, debba essere edificato o necessiti di opere edilizie che comportino il rilascio di apposito titolo;

d) qualora il titolare dell'esercizio non risulti più in possesso dei requisiti di cui all'articolo 15;

e) qualora venga meno la rispondenza dello stato dei locali ai criteri stabiliti dal ministero dell'in.terno, ai fini della sorvegliabilità, o la loro con.formità alle norme urbanistiche, sanitarie, di si.curezza e di prevenzione incendi;

f) qualora venga meno l'effettiva disponibilità dei locali nei quali si esercita l'attività e non sia, da parte del titolare, richiesta l'autorizzazione o presentata la SCIA per il trasferimento in una nuova sede nel termine di centottanta giorni, salvo proroga richiesta, in caso di comprovata necessità, con istanza motivata;

g) qualora, nel caso di subingresso, non si avvii o non si prosegua l'attività secondo le modalità previste all'articolo 85.

Art. 87

(Vigilanza e sanzioni)

1. I Comuni competenti per territorio esercitano la vi.gilanza sulle attività di somministrazione di alimenti e bevande, provvedono all'accertamento e all'irro.gazione delle sanzioni amministrative pecuniarie e ne introitano i relativi proventi. I Comuni sono al.tresì competenti a introitare i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta nonché a ricevere il rap.porto di cui all'articolo 17 della legge 689/1981.

2. Chiunque eserciti l'attività di somministrazione di alimenti e bevande senza il prescritto titolo abilita.tivo o quando questo sia revocato, sospeso,

decadu.to o quando sia stato emesso un provvedimento di inibizione ovvero in mancanza dei requisiti di cui a questo capo, si applica la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 2.500,00 euro a 15.000,00 euro e la chiusura dell'esercizio.

Art. 88

(Orari)

1. La regolamentazione degli orari di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di somministra.zione di alimenti e bevande è contenuta nelle dispo.sizioni statali vigenti in materia.

2. L'orario prescelto è comunicato al Comune, in base ai criteri e alle modalità previsti dagli indirizzi regio.nali e pubblicizzato mediante l'esposizione di cartel.li all'interno e all'esterno dell'esercizio.

3. Gli esercizi aperti al pubblico possono osservare una o più giornate di riposo settimanale, che devono es.sere indicate nei cartelli di cui al comma 2.

4. La chiusura temporanea degli esercizi è pubbliciz.zata mediante l'esposizione di un cartello leggibile dall'esterno ed è comunicata al Comune se superiore a due giornate.

5 Il Comune, ai sensi della normativa statale vigente, può prevedere limiti e condizioni agli orari di aper.tura e chiusura dei pubblici esercizi, anche in aree delimitate del territorio e per periodi determinati, per prevalenti motivi di interesse pubblico.

6. Il Comune, sentite le organizzazioni delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi maggior.mente rappresentative a livello regionale e le asso.ciazioni dei consumatori iscritte al registro regiona.le, può predisporre programmi di apertura per turno degli esercizi di somministrazione di alimenti e be.vande. Gli esercenti sono tenuti ad osservare i turni predisposti e a renderli noti al pubblico mediante l'e.sposizione di un cartello visibile sia all'interno che all'esterno.

Art. 89

(Pubblicità dei prezzi)

1. Per i prodotti destinati alla somministrazione, l'ob.bligo di esposizione dei prezzi è assolto:

a) per quanto concerne le bevande, mediante espo.sizione, all'interno dell'esercizio, di apposita tabella ben visibile;

b) per quanto concerne gli alimenti, con le stesse modalità di cui alla lettera a), cui si aggiunge, per le attività di ristorazione, l'obbligo di espo.sizione della tabella anche all'esterno dell'eser.cizio o comunque leggibile dall'esterno.

2. Per l'offerta dei prodotti di cui alla lettera b) del comma 1, con formule a prezzo fisso, è vietata l'ap.plicazione di costi aggiuntivi per servizio e coperto e deve essere chiaramente espresso il costo delle be.vande non comprese nel costo fisso.

3. Qualora il servizio di somministrazione sia effettua.to al tavolo, il listino dei prezzi deve essere posto a disposizione dei clienti prima dell'ordinazione e deve indicare l'eventuale componente del servizio, con modalità tali da rendere il prezzo chiaramente e facilmente comprensibile al pubblico.

4. Il titolare dell'esercizio di somministrazione deve rendere noti al pubblico i prezzi dei prodotti desti.nati alla vendita per asporto mediante cartello o altro mezzo idoneo allo scopo, fatti salvi i casi in cui i prezzi di vendita al dettaglio sono indicati in maniera chiara e facilmente visibile sui prodotti stessi.

Art. 90

(Monitoraggio)

1. Ai fini dell'attività di programmazione regionale e comunale la Giunta regionale organizza, nell'ambito del sistema informativo integrato regionale, la rac.colta e la diffusione di dati degli esercizi di sommi.nistrazione di alimenti e bevande.

2. I Comuni, entro il 31 gennaio di ciascun anno, invia.no alla Regione, anche in via telematica, gli elenchi delle autorizzazioni rilasciate o revocate nel corso dell'anno precedente, nonché delle dichiarazioni di inizio attività pervenute nello stesso periodo e il to.tale degli esercizi attivi nel proprio territorio.

TITOLO IV

Impianti di distribuzione dei carburanti

Art. 91

(Oggetto)

1. Questo titolo stabilisce i principi, i criteri e le regole fondamentali per l'ammodernamento degli impian.ti di distribuzione dei carburanti, allo scopo di po.tenziare ed ottimizzare la funzionalità complessiva della rete, di favorire l'incremento anche qualitativo dei servizi all'utenza e la garanzia del servizio pub.blico, nell'ottica della trasparenza, dell'efficienza e dell'efficacia dell'azione amministrativa.

Art. 92

(Definizioni)

1. Ai fini di questo titolo, si intende per:

a) rete, l'insieme dei punti di vendita eroganti ben.zine, gasoli, gas di petrolio liquefatto (GPL), metano, nonché tutti i carburanti per autotrazio.ne in commercio ivi comprese le colonnine per l'alimentazione di veicoli elettrici o alimentati con idrogeno;

b) carburanti per autotrazione, le benzine, il gaso.lio per autotrazione, il gas di petrolio liquefatto per autotrazione (GPL), il gas naturale, com.preso il biometano sia in forma liquida (GNL) che in forma compressa (GNC) per autotrazione e tutti gli altri combustibili per autotrazione in commercio, ivi compresi i combustibili alterna.tivi di cui alla lettera a) del comma 1 dell'arti.colo 2 del decreto legislativo 16 dicembre 2016, n. 257 (Disciplina di attuazione della direttiva 2014/94/UE del Parlamento europeo e del Con.siglio, del 22 ottobre 2014, sulla realizzazione di una infrastruttura per i combustibili alternati.vi), biocarburanti, quali definiti alla lettera i) del comma 1 dell'articolo 2 del decreto legislativo 3 marzo 2011, n. 28 (Attuazione della direttiva 2009/28/CE sulla promozione dell'uso dell'e.nergia da fonti rinnovabili, recante modifica e successiva abrogazione delle direttive 2001/77/CE e 2003/30/CE) combustibili sintetici e paraf.finici, elettricità, idrogeno;

c) erogatore, l'insieme delle attrezzature che per.mettono il trasferimento del carburante dal ser.batoio dell'impianto al serbatoio del mezzo, misurando contemporaneamente i volumi o la quantità trasferiti, composto da:

1) una o più pompe o altro sistema di adduzione;

2) uno o più contatori o misuratori del volume di carburante erogato;

3) un dispositivo per la quantificazione dell'importo da pagare;

4) una o più pistole o valvole di intercettazione;

5) le tubazioni che li connettono;

6) i dispositivi di sicurezza previsti dalla normativa vigente tra cui quelli di recupero dei vapori di benzina;

d) impianto di distribuzione, il complesso commer.ciale unitario costituito da uno o più distributo.ri e dai serbatoi dei carburanti erogabili, con le relative attrezzature, locali e attività accessorie, ubicato lungo la rete stradale ordinaria e lungo le autostrade;

e) colonnina, l'apparecchiatura contenente uno o più erogatori; mentre la colonnina multidispen.ser è l'apparecchiatura attrezzata per l'erogazio.ne contemporanea di diversi prodotti;

f) gestore, il titolare della licenza di esercizio dell'impianto rilasciata dall'Agenzia delle do.gane e dei monopoli;

g) potenziamento dell'impianto, l'aggiunta di uno o più carburanti erogabili o di colonnine per l'alimentazione di veicoli elettrici non presenti nell'autorizzazione o concessione originaria;

h) self-service pre-pagamento, il complesso di ap.parecchiature a moneta, a carta magnetica o a lettura ottica per l'erogazione automatica del carburante di cui l'utente si serve direttamente con pagamento anticipato e per il cui funziona.mento non è necessaria l'assistenza di apposito personale;

i) self-service post-pagamento, il complesso di apparecchiature per l'erogazione automatica del carburante usato direttamente dall'utente, con pagamento effettuato successivamente al prelievo di carburante a personale incaricato, il quale provvede al controllo e al comando dell'e.rogazione mediante apparecchiatura elettronica e cassa centralizzata.

Art. 93

(Funzioni amministrative)

1. I Comuni, nel rispetto delle disposizioni di cui a questa legge, del regolamento attuativo di cui all'ar.ticolo 16 e delle disposizioni nazionali ed europee, esercitano le funzioni amministrative relative agli impianti:
a) della rete ordinaria;
b) delle autostrade e dei raccordi autostradali.

Art. 94
(Rete ordinaria, autostrade e raccordi autostradali)

1. I Comuni per la rete ordinaria di cui alla lettera a) del comma 1 dell'articolo 93 provvedono:
a) al rilascio delle autorizzazioni per l'installazio.ne e l'esercizio di nuovi impianti nonché per il potenziamento di quelli esistenti;
b) al rilascio delle autorizzazioni al trasferimento degli impianti dalla posizione originaria ad altra all'interno del territorio comunale;
c) al rilascio delle autorizzazioni al prelievo e al trasporto di carburanti in recipienti mobili;
d) al rilascio delle autorizzazioni per gli impianti di distribuzione di carburante ad uso privato, per unità da diporto ad uso pubblico, avio per uso pubblico, motovela, nonché per motopesca esente da accisa;
e) al rilascio delle autorizzazioni all'esercizio di un impianto temporaneo in caso di ristrutturazione totale o parziale degli impianti già autorizzati;
f) alla revoca, sospensione e decadenza delle auto.rizzazioni;
g) alla fissazione degli orari minimi e delle turna.zioni;
h) all'applicazione delle sanzioni amministrative.
2. I Comuni per le autostrade e i raccordi autostradali di cui alla lettera b) del comma 1 dell'articolo 93 provvedono:
a) al rilascio delle concessioni per l'installazione e l'esercizio degli impianti della rete autostradale;
b) al rilascio delle autorizzazioni o al ricevimento della SCIA per le modifiche, la ristrutturazione e il trasferimento della titolarità degli impianti della rete autostradale;
c) all'applicazione delle sanzioni amministrative.
3. Rientrano nella competenza dei Comuni anche le ri.chieste di modifica, di trasferimento della titolarità e di gestione degli impianti costituenti potenziamento, siano essi della rete ordinaria, autostradale o dei rac.cordi autostradali.
4. Per l'installazione e l'esercizio di nuovi impianti devono essere rispettate le normative in materia ur.banistica, di tutela ambientale, di sicurezza stradale, sanitaria, antincendio, fiscale e del lavoro e di tutela dei beni storici e artistici.

Art. 95
(Nuovi impianti)

1. Al fine di ridurre la dipendenza dal petrolio e atte.nuare l'impatto ambientale nel settore dei trasporti, i nuovi impianti devono prevedere la presenza conte.stuale di benzina e gasolio, con obbligo di erogazio.ne del gas naturale, in forma gassosa o liquida, anche in esclusiva modalità self-service e devono dotarsi di infrastrutture di ricarica elettrica di potenza elevata almeno veloce di cui al numero 1) della lettera e) del comma 1 dell'articolo 2 del d.lgs. 257/2016 e suc.cessive modifiche ed integrazioni.
2. Non sono soggetti all'obbligo di erogazione del gas naturale di cui al comma 1, gli impianti che presen.tino una delle seguenti impossibilità tecniche, fatte valere dai titolari degli impianti di distribuzione e verificate e certificate dal comune competente:
a) per il gas naturale compresso (GNC), lunghezza delle tubazioni per l'allacciamento superiore a 1.000 metri tra la rete del gas naturale e il punto di stoccaggio del GNC e pressione della rete del gas naturale inferiore a 3 bar;
b) distanza dal più vicino deposito di approvvigio.namento del gas naturale liquefatto (GNL) via terra superiore a 1.000 chilometri.
3. Le cause di impossibilità tecnica sono verificate di.sgiuntamente per il GNC e per il GNL.
4. Qualora ricorrano contemporaneamente le impossi.bilità tecniche di cui al comma 2, i nuovi impianti devono erogare il gas petrolio liquefatto (GPL) in luogo del gas naturale.

5. Non sono soggetti agli obblighi di cui al comma 1, gli impianti di distribuzione carburanti localizzati nei comuni montani.
6. I nuovi impianti sono dotati di:
a) dispositivi self-service pre-pagamento;
b) capacità di compressione adeguata al numero di erogatori installati e comunque non inferio.re a 350 mc/h per un erogatore doppio, qualora nell'impianto venga erogato il metano;
c) impianto fotovoltaico o sistema di cogenerazio.ne a gas (GPL o metano) ad alto rendimento di potenza installata minima pari a 12 chilowatt;
d) pensiline di copertura delle aree di rifornimento;
e) servizi igienici per gli utenti anche diversamente abili;
f) aree di sosta per autoveicoli qualora l'impianto sia dotato di attività e servizi integrativi;
g) impianti di raccolta e trattamento delle acque di prima pioggia, secondo quanto previsto dalla normativa statale ed europea.
7. Al fine di promuovere l'uso di carburanti a basso impatto ambientale nel settore dei trasporti, è con.sentita l'apertura di nuovi impianti di distribuzione mono prodotto che erogano gas naturale, compreso il biometano e dotati di punti di ricarica di potenza elevata almeno veloce di cui al numero 1) della lette.ra e) del comma 1 dell'articolo 2 del d.lgs. 257/2016; la Regione incentiva la creazione di impianti che consentano la ricarica contemporanea di almeno due veicoli.
8. Nei nuovi impianti come in quelli esistenti, lo sca.rico dei prodotti per il rifornimento dell'impianto è effettuato fuori dalla carreggiata.
9. I nuovi impianti aventi superficie complessiva supe.riore a 3.500 metri quadrati realizzano impianti igie.nico-sanitari destinati ad accogliere i residui organi.ci e le acque chiare e luride raccolte negli impianti interni degli "autocaravan", con le caratteristiche di cui all'articolo 378 del regolamento emanato con de.creto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495 (Regolamento di esecuzione e di attua.zione del nuovo Codice della strada).
10. Le superfici di nuovi impianti sono calcolate al fine di assicurare il rispetto delle disposizioni in materia di tutela ambientale, di sicurezza stradale, sanitaria e del lavoro, di sicurezza antincendio e in materia ur.banistica. Per il calcolo della superficie si tiene conto anche degli spazi destinati alla sosta.
11. Per l'istallazione e l'esercizio di nuovi impianti si osservano unicamente le distanze previste dalle di.sposizioni a tutela della sicurezza stradale, della sa.lute, della pubblica incolumità e di sicurezza antin.cendio.
12. I nuovi impianti devono avere accesso diretto alla sede stradale pubblica.

Art. 96
(Tipologie di impianti)

1. Gli impianti funzionanti con la presenza del gesto.re non hanno vincoli all'utilizzo di apparecchiature self-service pre-pagamento durante le ore in cui è contestualmente assicurata la possibilità di riforni.mento assistito dal personale, a condizione che ven.ga effettivamente mantenuta e garantita la presenza del titolare della licenza di esercizio dell'impianto rilasciata dall'ufficio competente dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli o di suoi dipendenti o colla.boratori.
2. Durante l'orario di apertura dell'impianto di cui al comma 1, deve essere garantita l'assistenza al rifor.nimento diretto da parte del gestore o dei suoi dipen.denti o collaboratori, qualora richiesto, nonché l'as.sistenza al rifornimento a favore di persone disabili di cui alla legge 12 marzo 1999, n. 68 (Norme per il diritto al lavoro dei disabili).
3. Negli impianti senza la presenza del gestore non sus.sistono vincoli o limitazioni all'utilizzo continuativo delle apparecchiature self-service pre-pagamento, ovunque siano ubicati gli impianti. La modalità to.talmente automatizzata deve essere adeguatamente pubblicizzata, nel rispetto delle disposizioni di cui al d.lgs. 285/1992.
4. Al fine di incrementare l'efficienza del mercato, la qualità dei servizi e il corretto e uniforme funziona.mento della rete distributiva, gli impianti di distri.buzione dei carburanti devono essere dotati di ap.parecchiature per la modalità di rifornimento senza servizio con pagamento anticipato.

Art. 97

(Disciplina urbanistica)
1. Gli impianti di distribuzione dei carburanti sono re.alizzati, nel rispetto di questa legge, del regolamento di cui all'articolo 16 e degli strumenti urbanistici, in tutte le zone omogenee del piano regolatore genera.le comunale, ad eccezione delle zone A ai sensi del decreto ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444 (Limiti inderogabili di densità edilizia, di altezza, di distan.za fra i fabbricati e rapporti massimi tra spazi de.stinati agli insediamenti residenziali e produttivi e spazi pubblici o riservati alle attività collettive, al verde pubblico o a parcheggi da osservare ai fini del.la formazione dei nuovi strumenti urbanistici o della revisione di quelli esistenti, ai sensi dell'articolo 17 della legge 6 agosto 1967, n. 765).
2. Gli impianti possono essere realizzati anche nelle fa.sce di rispetto a protezione del nastro stradale.
3. La localizzazione degli impianti di carburanti strada.li costituisce un mero adeguamento degli strumenti urbanistici su tutte le zone e sottozone del PRG non sottoposte a vincoli paesaggistici, ambientali ovvero monumentali e non comprese nelle zone territoriali omogenee A.
4. Nelle aree tutelate ai sensi delle disposizioni in ma.teria di beni ambientali e culturali di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 (Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137), gli insediamenti devono essere realizzati nel rispetto delle norme di tutela.

Art. 98
(Servizi accessori)
1. Presso gli impianti di distribuzione carburanti pos.sono essere esercitate attività commerciali, ivi com.presi gli esercizi di vicinato, nonché le rivendite di giornali e riviste, le attività artigianali, professionali, ricettive, di servizio e di somministrazione al pub.blico di alimenti e bevande nel rispetto dei requisiti previsti dalle specifiche discipline di settore.
2. Le attività di cui al comma 1 sono accessorie all'at.tività di esercizio dell'impianto di distribuzione dei carburanti e non possono essere trasferite autonoma.mente.

Art. 99
(Regolamento regionale)
1. La Giunta regionale con il regolamento di cui all'ar.ticolo 16 stabilisce in particolare:
a) gli indirizzi per l'ammodernamento della rete degli impianti stradali ed autostradali di carbu.rante, allo scopo di assicurare il miglioramen.to dell'efficienza della rete e l'incremento dei servizi resi all'utenza, in coerenza con le scelte effettuate in materia di assetto del territorio e di tutela dell'ambiente;
b) i criteri e le modalità per lo sviluppo delle atti.vità commerciali integrative, artigianali, di som.ministrazione di alimenti e bevande e di altre eventuali attività negli impianti;
c) eventuali altri criteri e parametri per le attività di distribuzione carburanti e per le attività com.merciali accessorie;
d) le tipologie e le caratteristiche degli impianti stradali;
e) gli standard di qualità e di prestazione dei servi.zi;
f) l'incentivazione alla diffusione dei carburanti a basso impatto ambientale e all'efficienza ener.getica, privilegiando l'uso di fonti energetiche rinnovabili;
g) le procedure relative all'installazione e alla mo.difica degli impianti stradali ed autostradali;
h) gli orari di apertura e le turnazioni, in relazione alla tipologia degli impianti, alle caratteristiche del territorio, all'interesse dell'utenza e alla pre.senza del personale addetto al servizio;
i) le agevolazioni per le zone montane e i Comuni svantaggiati;
j) le caratteristiche degli impianti posizionabili all'interno delle fasce di rispetto stradali;
k) la definizione e la regolamentazione dei criteri di incompatibilità degli impianti;
l) i criteri e le modalità relativi agli impianti ad uso privato;
m) le modalità dei collaudi, del rinnovo, delle auto.rizzazioni e delle concessioni;

n) il trasferimento della titolarità dell’autorizzazio.ne e della concessione.

Art. 100

(Impianto di distribuzione ad uso privato)

1. Per impianto di distribuzione per autotrazione ad uso privato si intende l’impianto ubicato all’inter.no di aree di proprietà privata o pubblica non aperte al pubblico, quali stabilimenti, cantieri, magazzini e depositi, destinato all’esclusivo rifornimento di mezzi, ad eccezione di quelli agricoli, di proprietà, in locazione e in uso al titolare dell’autorizzazione. L’impianto può anche essere dotato di infrastrutture di ricarica elettrica.

2. L’attivazione di contenitori – distributori mobili di prodotti petroliferi impiegati nell’esercizio delle at.tività agricole di cui all’articolo 2135 del codice ci.vile e nell’esercizio delle attività agromeccaniche, di capacità non superiore a 6 metri cubi, non è soggetta ad alcuno degli adempimenti amministrativi di cui a questo articolo.

3. I dati e le informazioni relativi ai contenitori-distri.butori mobili di cui al comma 2 sono resi disponibili dall’Amministrazione regionale ai Comuni nel cui territorio essi sono ubicati. Con apposito atto l’Am.ministrazione regionale definisce le modalità di ap.plicazione di questo comma.

4. Per i contenitori-distributori mobili di cui al comma 2 di capienza superiore a 6 metri cubi e non supe.riore a 9 metri cubi, l’obbligo di cui al comma 1 di questo articolo si intende assolto mediante l’invio da parte del titolare dell’impresa agricola o agromecca.nica al Comune nel cui territorio essi sono ubicati di copia della SCIA presentata al competente comando dei Vigili del Fuoco ai sensi del decreto del Presi.dente della Repubblica 1 agosto 2011, n. 151 (Rego.lamento recante semplificazione della disciplina dei procedimenti relativi alla prevenzione degli incendi, a norma dell’articolo 49, comma 4-quater, del de.creto-legge 31 maggio 2010, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla legge 30 luglio 2010, n. 122).

5. L’erogazione del carburante avviene con apparec.chiature automatiche, per aspirazione, o con qualsia.si mezzo non automatico, comunque provvisto di un idoneo sistema di misurazione dell’erogato. I serba.toi devono essere interrati. Per i liquidi di categoria C (gasolio) possono essere utilizzati contenitori-di.stributori omologati con capacità non superiore a 9 metri cubi limitatamente ai casi previsti dalla norma.tiva di sicurezza.

6. Per impianto di distribuzione per autotrazione ad uso privato per trasporto pubblico locale si intende l’im.pianto ubicato all’interno di aree di proprietà pub.blica o privata non aperte al pubblico, quali stabili.menti o depositi o aree all’uopo attrezzate, destinato all’esclusivo rifornimento dei veicoli utilizzati per il trasporto pubblico e per i mezzi di servizio ausilia.ri dei soggetti che ivi esercitano tale attività e del.le altre aziende di trasporto pubblico locale facenti parte delle società consortili di bacino firmatarie di contratti di servizio, nonché da parte delle ammini.strazioni comunali esercenti i servizi di trasporto in forma diretta.

7. L’installazione di impianti ad uso privato è soggetta ad autorizzazione rilasciata dal SUAP competente per territorio e gli impianti possono derogare alle ca.ratteristiche tipologiche di cui all’articolo 95.

8. L’autorizzazione è rilasciata per il rifornimento di.retto ed esclusivo degli automezzi indicati dal richie.dente.

9. Gli impianti ad uso privato devono essere comunque sottoposti a collaudo di cui all’articolo 104.

Art. 101

(Contenitori-distributori mobili ad uso privato)

1. L’attivazione di contenitori-distributori mobili ad uso privato è soggetta a SCIA da presentare al SUAP competente per territorio; il titolare dell’attività, contestualmente alla SCIA, è tenuto ad attestare il rispetto delle norme in materia di sicurezza e preven.zione incendi.

2. L’attivazione di contenitori-distributori mobili ad uso privato all’interno di attività agricole e agro meccaniche è soggetta a comunicazione al SUAP competente per territorio, da effettuare almeno dieci giorni prima dell’attivazione, nel rispetto delle rego.le tecniche di prevenzione incendi.

Art. 102

(Impianti per natanti)

1. Per impianto di distribuzione di carburante per unità da diporto e avio ad uso pubblico si intende l'im.pianto ubicato all'interno delle aree portuali e ae.roportuali, destinato all'esclusivo rifornimento dei natanti e degli aeromobili.
2. Per impianto di distribuzione di carburante esente da accisa per motovela e motopesca si intende l'im.pianto ubicato all'interno delle aree portuali, desti.nato all'esclusivo rifornimento di coloro che usufru.iscono del carburante in esenzione di accisa.
3. L'autorizzazione per l'installazione e l'esercizio di impianti di cui ai commi 1 e 2 è rilasciata dal SUAP competente per territorio.

Art. 103
(Prelievo di carburanti in recipienti
presso gli impianti stradali)

1. Il prelievo di carburanti in recipienti omologati pres.so gli impianti stradali, da parte di operatori econo.mici o altri utenti che hanno la necessità di rifornire i propri mezzi direttamente sul posto di lavoro, per quantitativi superiori a 100 e inferiori a 1000 litri, è soggetto a comunicazione al SUAP competente per territorio.
2. I recipienti per il prelievo di carburanti devono esse.re conformi alle prescrizioni tecniche in materia.
3. Il titolare dell'autorizzazione o il gestore rifornisco.no i soggetti muniti di comunicazione.

Art. 104
(Collaudo degli impianti)

1. Gli impianti autostradali e stradali, compresi quelli ad uso privato, sono collaudati, prima di essere posti in esercizio, su richiesta degli interessati al Comune competente per territorio, da una commissione costi.tuita da un rappresentante dell'Agenzia delle doga.ne, da un rappresentante del Comando provinciale dei vigili del fuoco competente per territorio, da un rappresentante della struttura regionale competente in materia di commercio e da un rappresentante co.munale.
2. Il collaudo è obbligatorio per i nuovi impianti, i potenziamenti, la ristrutturazione dell'impianto, ad esclusione dell'aggiunta dell'infrastruttura di ricari.ca elettrica nonché per le seguenti modifiche:
a) aggiunta di distributori per prodotti già autoriz.zati;
b) aumento del numero e della capacità di stoccag.gio dei serbatoi.
3. Le modifiche non soggette a collaudo devono essere realizzate nel rispetto delle norme di sicurezza e di quelle fiscali, documentate da un'attestazione, rila.sciata da tecnico abilitato, da trasmettere agli Enti competenti, e ove previsto al Comune, al Comando provinciale dei vigili del fuoco e all'Agenzia delle dogane.
4. Il Comune, d'intesa con la Regione, entro trenta gior.ni dal ricevimento della richiesta di cui al comma 1, convoca la commissione di collaudo, che provvede entro i trenta giorni successivi.
5. Ai componenti la commissione spetta, per ogni col.laudo, un rimborso spese forfettario a carico della ditta richiedente, il cui importo e le cui modalità di pagamento sono stabilite dalla Giunta regionale.
6. Il Comune, in attesa del collaudo, rilascia, su richie.sta del titolare, l'autorizzazione all'esercizio provvi.sorio dell'impianto fino all'effettuazione del collau.do medesimo. La domanda è presentata al Comune competente, unitamente alla perizia giurata a firma di un tecnico abilitato attestante il rispetto delle nor.me vigenti.

Art. 105
(Monitoraggio, osservatorio)

1. La struttura regionale competente in materia procede alla costante verifica dei dati relativi alla consistenza e alla dinamica della rete di distribuzione dei carbu.ranti.
2. I Comuni, l'Agenzia delle dogane, i Comandi pro.vinciali dei vigili del fuoco, l'ANAS, le Province, i titolari delle concessioni e delle autorizzazioni, nonché i gestori degli impianti, trasmettono, su ri.chiesta della Regione, i dati necessari, anche ai fini dell'aggiornamento dell'anagrafe tributaria regiona.le, utilizzando l'apposito modello predisposto dalla struttura regionale competente. I Comuni trasmetto.no altresì alla Regione copia degli atti amministrati.vi adottati.

3. La struttura di cui al comma 1 svolge altresì la fun.zione di osservatorio permanente per l'analisi e lo studio delle problematiche strutturali e congiuntu.rali del settore attraverso la raccolta e l'aggiorna.mento delle informazioni sulla rete distributiva in una banca dati informatizzata, nonché attraverso la promozione di indagini e ricerche e la realizzazione di strumenti di informazione periodica destinati agli operatori, alle organizzazioni professionali, agli isti.tuti di ricerca ed alle istituzioni pubbliche.

Art. 106

(Incompatibilità degli impianti stradali)

1. Gli impianti ubicati all'interno dei centri abitati, de.limitati dai Comuni ai sensi dell'articolo 4 del Codi.ce della strada, di cui al decreto legislativo 30 apri.le 1992, n. 285, sono considerati incompatibili, in relazione agli aspetti di sicurezza della circolazione stradale, nei seguenti casi:

a) impianti privi di sede propria per i quali il ri.fornimento, tanto all'utenza quanto all'impianto stesso, avviene sulla carreggiata, come definita al numero 7) del comma 1 dell'articolo 3 del Co.dice della strada di cui al d.lgs. 285/1992;

b) impianti situati all'interno di aree pedonali, ai sensi del numero 2) del comma 1 dell'articolo 3 del Codice della strada di cui al d.lgs. 285/1992.

2. Gli impianti ubicati all'esterno dei centri abitati, delimitati dai Comuni ai sensi dell'articolo 4 del Codice della strada di cui al d.lgs. 285/1992, sono considerati incompatibili, in relazione agli aspetti di sicurezza della circolazione stradale, nei seguenti casi:

a) impianti ricadenti in corrispondenza di biforca.zioni di strade di uso pubblico (incroci a Y) e ubicati sulla cuspide degli stessi, con accessi su più strade pubbliche;

b) impianti ricadenti all'interno di curve aventi raggio minore o uguale a metri cento, salvo si tratti di unico impianto in comuni montani;

c) impianti privi di sede propria per i quali il ri.fornimento, tanto all'utenza quanto all'impianto stesso, avviene sulla carreggiata, come definita al numero 7) del comma 1 dell'articolo 3 del Codice della strada di cui al d.lgs. 285/1992.

3. Ad eccezione degli impianti funzionanti unicamente in modalità self-service pre-pagamento H24, senza la presenza del gestore, è considerato altresì incom.patibile l'impianto sprovvisto di servizi igienico-sa.nitari per gli utenti, anche in condizione di disabilità.

4. I Comuni procedono all'individuazione e alla chiu.sura degli impianti incompatibili nel rispetto dei termini e delle modalità fissati dalle vigenti dispo.sizioni statali, nelle ipotesi di cui ai commi 1 e 2, e di quelli fissati da questa legge nell'ipotesi di cui al comma 3. Per gli impianti incompatibili il Comu.ne competente per territorio dichiara la decadenza dell'autorizzazione e l'impianto è smantellato con le modalità di cui al comma 5 dell'articolo 110.

Art. 107

(Deroga per gli impianti di pubblica utilità)

1. È considerato di pubblica utilità l'impianto che co.stituisce l'unico punto di rifornimento esistente nel comune e si trova ad una distanza maggiore di 15 chilometri da un altro impianto.

2. Il Sindaco, per esigenze di servizio pubblico, può au.torizzare la prosecuzione dell'attività di un impianto incompatibile, se di pubblica utilità, fino all'installa.zione di un nuovo impianto conforme alla normativa vigente.

3. Il Comune può rilasciare a sé o ad altro richiedente una nuova autorizzazione per salvaguardare il servi.zio pubblico nelle aree carenti di servizio.

Art. 108

(Vigilanza e controllo)

1. La vigilanza sull'applicazione di questo titolo è esercitata dalla Regione e dai Comuni. I titolari delle concessioni e delle autorizzazioni sono tenuti a con.sentire agli incaricati il libero accesso agli impianti, nonché a fornire tutte le informazioni richieste.

2. Restano fermi i controlli di natura fiscale e quelli attinenti alla tutela della sicurezza e incolumità pub.blica, nonché alla sicurezza sanitaria, ambientale e stradale demandati alle amministrazioni competenti.

Art. 109
(Orari)
1. Gli impianti di distribuzione dei carburanti funzio.nanti con la presenza del gestore osservano il rispet.to dell'orario minimo settimanale di apertura defini.to sulla base di criteri uniformi a livello nazionale e stabiliti nel regolamento di attuazione di cui all'arti.colo 16.
2. Gli impianti di distribuzione carburanti situati sulle autostrade e sui raccordi autostradali svolgono ser.vizio continuativo ed ininterrotto, fatti salvi i casi previsti dalla normativa statale.
Art. 110
(Sospensione e decadenza)
1. Il titolare dell'autorizzazione comunica al Comune la sospensione temporanea dell'attività degli im.pianti per un periodo non superiore a sei mesi, ec.cezionalmente prorogabile per altri sei mesi qualora non ostino le esigenze dell'utenza. Nei casi di docu.mentata forza maggiore la sospensione si protrae per tutta la durata dell'impedimento.
2. Al termine del periodo di sospensione dell'attività dell'impianto il titolare deve rimettere in esercizio l'impianto. Trascorso inutilmente tale termine, il Comune diffida l'interessato a riattivare l'impianto entro il termine di trenta giorni, pena la decadenza dell'autorizzazione.
3. I lavori per la realizzazione di nuovi impianti, per trasferimenti e per potenziamenti sono ultimati nei termini di cui al permesso di costruire. Nei casi di documentata forza maggiore, il Comune può auto.rizzare la proroga per tutta la durata dell'impedi.mento. Il superamento dei termini suddetti per un periodo inferiore a tre mesi determina l'applicazio.ne delle sanzioni di cui alla lettera c) del comma 1 dell'articolo 111; in caso di superamento eccedente i tre mesi, l'autorizzazione decade.
4. Il Comune, altresì, dichiara la decadenza dell'auto.rizzazione qualora vengano meno i requisiti di cui all'articolo 14.
5. La decadenza dell'autorizzazione comporta lo sman.tellamento dell'impianto e il ripristino del sito da parte del titolare entro il termine fissato dal Comune. Trascorso inutilmente tale termine il Comune prov.vede con spese a carico del titolare.
Art. 111
(Sanzioni)
1. È soggetto al pagamento della sanzione amministra.tiva pecuniaria da euro 2.500,00 ad euro 15.000,00 colui che:
a) installa o mantiene in esercizio un impianto sen.za autorizzazione;
b) procede ad una modifica dell'impianto o ne mo.difica la composizione in mancanza di autoriz.zazione o di comunicazione;
c) non rispetta il termine di esecuzione lavori;
d) installa un impianto ad uso privato senza auto.rizzazione o fornisce carburante a veicoli non rientranti nell'autorizzazione medesima;
e) rifornisce utenti sprovvisti di recipienti mobili conformi alle norme di sicurezza o operatori pri.vi di autorizzazione. Per recipienti mobili con quantitativi inferiori a litri 30 si applica una san.zione amministrativa pecuniaria da euro 150,00 ad euro 300,00;
f) attiva l'impianto prima dell'effettuazione del collaudo di cui all'articolo 104.
2. È soggetto al pagamento della sanzione amministra.tiva pecuniaria da euro 500,00 ad euro 3.000,00 co.lui che:
a) effettua modifiche all'impianto non costituenti potenziamento, omettendone la comunicazione;
b) attiva le modifiche all'impianto in mancanza dell'attestazione di cui al comma 3 dell'articolo 104;
c) non espone il cartello relativo ai prezzi praticati;
d) non rispetta gli orari minimi e le turnazioni;
e) espone cartelli o qualsiasi altro mezzo pubblici.tario in violazione del decreto legislativo 6 set.tembre 2005, n. 206 (Codice del consumo).
3. Nel caso previsto dalla lettera a) del comma 1 l'at.tività dell'impianto è sospesa fino all'ottenimento dell'autorizzazione, e, ove non concessa, l'impianto viene smantellato.
TITOLO V
Mercati all'ingrosso e centri agroalimentari

Art. 112
(Finalità)
1. Questo titolo disciplina l’istituzione, il funziona.mento e la gestione dei mercati all’ingrosso e dei centri agroalimentari nonché le relative attività di commercializzazione dei prodotti.
Art. 113
(Definizioni)
1. Ai fini dell’applicazione delle disposizioni contenute in questa legge si intendono per:
a) mercato all’ingrosso, area attrezzata formata da un insieme di immobili, strutture, attrezzature con impianti e servizi ed aree adiacenti, gestita unitariamente per lo svolgimento delle opera.zioni commerciali nel quale si ha la libera for.mazione del prezzo delle merci;
b) commercializzazione dei prodotti, nel mercato all’ingrosso e nei centri agroalimentari possono essere commercializzati i prodotti della pesca, agricolo-alimentari e vitivinicoli, i prodotti flo.ricoli, delle piante ornamentali, delle sementi, i prodotti degli allevamenti, compresi gli avicu.nicoli, delle carni, della caccia e della pesca, sia freschi, sia comunque trasformati o conservati, ad opera di una pluralità di venditori o di com.pratori. Possono essere commercializzati anche altri prodotti alimentari, compatibilmente con le esigenze di funzionalità del mercato stesso;
c) mercati alla produzione, i mercati in cui le merci sono offerte prevalentemente da produttori sin.goli o associati;
d) mercati di distribuzione o di transito, i mercati in cui le vendite e gli acquisti sono effettuati pre.valentemente da commercianti all’ingrosso e da commercianti al dettaglio;
e) mercati al consumo, i mercati in cui gli acquisti sono effettuati prevalentemente da commercian.ti al dettaglio;
f) mercati misti, i mercati a funzione mista in cui agiscono più categorie di operatori;
g) centro agroalimentare, infrastruttura costituita da più mercati all’ingrosso e da insediamenti produttivi, commerciali, di servizio e direzionali autonomi, ma collegati e tali da completare nel modo più organico possibile la gamma merceo.logica delle attività, delle funzioni e dei servizi.
Art. 114
(Servizi)
1. Nel mercato all’ingrosso è assicurata la prestazione dei seguenti servizi:
a) direzione del mercato;
b) rilevazione statistica;
c) verifica del peso o della quantità e della qualità.
2. Il centro agroalimentare è:
a) dotato di servizi e funzioni complessi ed opera con riferimento ad un ambito territoriale più am.pio di quello provinciale;
b) caratterizzato dall’unitarietà della gestione, pur in presenza di una articolazione funzionale ope.rativa e contabile tra le diverse strutture di cui il centro è composto.
Art. 115
(Piano di sviluppo)
1. La Regione adotta, entro due anni dalla data di entra.ta in vigore di questa legge un piano di sviluppo dei mercati all’ingrosso finalizzato:
a) alla rilevazione dei mercati all’ingrosso distinti per specializzazione merceologica e per caratte.rizzazione funzionale;
b) all’individuazione delle localizzazioni per l’in.sediamento di nuovi mercati all’ingrosso;
c) all’identificazione del fabbisogno nella regione per una razionale ed efficiente commercializza.zione all’ingrosso;
d) all’indicazione per i diversi tipi di mercati e di centri agroalimentari delle superfici minime e delle attrezzature minime occorrenti;
e) agli standard minimi degli impianti, dei servizi tecnici e delle infrastrutture primarie.
Art. 116
(Soggetti istitutori e autorizzazioni)

1. L’iniziativa per l’istituzione, il trasferimento e l’am.pliamento dei mercati all’ingrosso e dei centri agro.alimentari può essere assunta:
a) dal Comune, dalla Provincia e dalla Camera di Commercio;
b) dai consorzi costituiti fra enti locali ed enti di diritto pubblico;
c) da società consortili;
d) dai consorzi aventi personalità giuridica o da cooperative, costituiti da operatori economici dei settori, anche singoli, della produzione e del commercio, ai quali possono partecipare opera.tori economici della lavorazione e della movi.mentazione dei prodotti.
2. I Comuni provvedono, mediante autorizzazione, all’istituzione, al trasferimento e all’ampliamento del mercato sulla base di quanto previsto da questa legge.
3. La Giunta regionale concede l’autorizzazione alla costituzione dei centri agroalimentari.
4. La Giunta regionale può deliberare la sottoscrizione di quote di partecipazione ai mercati all’ingrosso e ai centri agroalimentari già costituiti o da costituire.

Art. 117
(Gestione)

1. I mercati all’ingrosso sono gestiti dai soggetti istitu.tori o affidati in gestione, con apposita convenzione, ad uno dei soggetti dell’articolo 116.
2. Il soggetto istitutore assegna al gestore la struttura immobiliare ed il compendio delle attrezzature di mercato. La struttura immobiliare è affidata al ge.store in concessione o in locazione e gli interventi di manutenzione straordinaria della stessa, compresi quelli di trasformazione e ampliamento, sono di nor.ma a carico dell’istitutore.
3. I canoni di concessione o di locazione e le tariffe di mercato per l’utilizzo degli spazi, anche attrezzati, sono corrisposti dai soggetti operanti nel mercato al soggetto gestore e devono assicurare almeno la copertura dei costi di gestione nonché dei costi dei servizi a domanda collettiva, dell’ammortamento tecnico degli impianti elettrotermoidraulici e di tele.comunicazione e delle attrezzature di mercato, non.ché degli oneri per la manutenzione ordinaria delle strutture mercantili e dei costi dei servizi a domanda individuale eventualmente resi.
4. I canoni di concessione o di locazione sono determi.nati in relazione alla superficie utilizzata per la pro.pria attività e, limitatamente al mercato ittico, anche dalla quantificazione dei diritti sul fatturato.
5. In ogni caso non possono essere imposti pagamenti che non siano il corrispettivo di prestazioni effettiva.mente rese, nel rispetto dei principi di efficienza ed economicità.
6. I centri agroalimentari sono gestiti nel loro comples.so dall’ente che li ha realizzati anche tramite un con.sorzio degli operatori assegnatari degli spazi interni al centro.

Art. 118
(Compiti del gestore)

1. Il gestore del mercato all’ingrosso e del centro agro.alimentare provvede:
a) ai servizi di interesse generale idonei ad assicu.rare la funzionalità dell’intera struttura mercan.tile;
b) alla manutenzione ordinaria della struttura mer.cantile;
c) alla funzionalità degli impianti elettro termoi.draulici e di telecomunicazione;
d) alla manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti e delle attrezzature di mercato.

Art. 119
(Regolamento)

1. Le modalità di funzionamento di ciascun mercato all’ingrosso o del centro agroalimentare sono disci.plinate dal regolamento.
2. Il regolamento di mercato all’ingrosso e di gestione per il centro agroalimentare, distinti per settori mer.ceologici e tipologia funzionale, sono approvati dal Comune competente per territorio e vanno redatti nel rispetto di quanto previsto nei commi 3, 4 e 5.

3. Il regolamento di mercato e di gestione per i centri agroalimentari non può recare norme che ostacolino l'afflusso, la conservazione, l'offerta e la riduzione del costo di distribuzione dei prodotti.
4. Il regolamento stabilisce le norme relative ai criteri e alle modalità per la concessione dei punti di vendi.ta, ivi compresa la fissazione dei quantitativi minimi di prodotti che ogni concessionario deve introdurre annualmente nel mercato e deve prevedere in parti.colare:
a) i requisiti minimi perché un'area attrezzata sia considerata mercato all'ingrosso distintamente per specializzazione merceologica e per tipolo.gia funzionale;
b) lo svolgimento dell'attività degli operatori e del personale da essi dipendente;
c) i criteri e le modalità per la concessione dei po.steggi, magazzini e delle altre attrezzature e im.pianti;
d) la determinazione della cauzione imposta ai commissionari e ai mandatari;
e) il calendario e l'orario per le operazioni mercan.tili;
f) i requisiti e le modalità per la nomina del diret.tore di mercato, nonché i compiti specifici;
g) la pianta organica del personale con indicazione delle qualifiche e compiti del rapporto di impie.go, del trattamento economico;
h) la composizione e il funzionamento della com.missione di mercato;
i) l'organizzazione e la disciplina dei servizi, ivi compresa l'organizzazione dei servizi di vigi.lanza sanitaria e di controllo sulla rispondenza dei prodotti alle norme di qualità vigenti;
j) la pulizia e la destinazione dei rifiuti;
k) i limiti massimi delle provvigioni spettanti a commissionari, mandatari e astatori;
l) le modalità per la rilevazione dei prezzi e la compilazione delle statistiche;
m) le sanzioni disciplinari e amministrative;
n) la nomina di un commissionario in caso di inef.ficienza e di irregolarità;
o) ogni altra materia attinente alla disciplina e al funzionamento del mercato.
5. In caso di violazione delle disposizioni regolamenta.ri si applica una sanzione amministrativa il cui am.montare è determinato fra un minimo di euro 500,00 ed un massimo di euro 2.500,00.

Art. 120
(Commissione)

1. I Comuni presso ogni mercato all'ingrosso e centro agroalimentare istituiscono una commissione, con funzioni consultive e propositive nei confronti del gestore, in base alle modalità stabilite dal regola.mento.
2. Nella Commissione di cui al comma 1 è presente un rappresentante designato dalla Giunta regionale e al.meno un operatore del centro agroalimentare o del mercato all'ingrosso.

Art. 121
(Direttore)

1. Ogni mercato e centro agroalimentare nomina un direttore che deve provvedere al regolare funziona.mento del mercato e dei servizi.
2. Il direttore in particolare:
a) vigila sull'osservanza delle disposizioni vigenti per la qualificazione, la calibrazione, la tolleran.za, l'imballaggio e la presentazione dei prodotti;
b) provvede giornalmente e con sintesi mensili ed annuali alla rilevazione delle quantità affluite ed uscite dal mercato per qualità mercantile, pro.venienza e destinazione, e rileva i prezzi delle derrate effettivamente contrattate, separatamen.te per singole partite di prodotti e secondo la qualità.

Art. 122
(Cassa del mercato)

1. Nei mercati può essere istituita una cassa per il servi.zio di tesoreria e per le operazioni bancarie a favore degli operatori di mercato.
2. La gestione della cassa è affidata ad un'azienda di credito abilitata per legge, mediante convenzione sti.pulata dall'ente gestore.

Art. 123
(Vigilanza)
1. La vigilanza sui mercati all’ingrosso e sui centri agroalimentari è esercitata dal Comune competente per territorio.
2. La vigilanza è rivolta particolarmente ad accertare la regolarità della istituzione e della gestione, la cor.retta emanazione ed applicazione delle disposizioni regolamentari, amministrative e disciplinari, la fun.zionalità della direzione, degli uffici e dei servizi di ogni singolo mercato.
3. La vigilanza igienico-sanitaria è effettuata dagli or.gani sanitari competenti sulla base delle norme euro.pee, statali e regionali vigenti.
TITOLO VI
Sistema fieristico regionale
Art. 124
(Finalità)
1. L’attività fieristica è libera ed è esercitata secondo i principi di pari opportunità e di parità di trattamento fra gli operatori nazionali e quelli appartenenti a pa.esi esteri.
2. L’esercizio dell’attività fieristica si ispira a criteri e metodi di concorrenza e imprenditorialità. Nello svolgimento delle manifestazioni fieristiche si ap.plicano le norme igienico-sanitarie, di sicurezza am.bientale e sul lavoro vigenti.
3. Le manifestazioni fieristiche favoriscono la crescita sociale ed economica del territorio e contribuiscono all’ampliamento degli scambi commerciali, alla dif.fusione delle innovazioni scientifiche e tecnologiche e delle loro applicazioni alle attività produttive, alla divulgazione al pubblico e all’informazione specia.lizzata sui prodotti e sui processi produttivi, sui ser.vizi, sulle forme di marketing e sulle collaborazioni economiche, nonché alla promozione delle attività creative nei settori della cultura, dell’arte e del desi.gn.
4. La Regione promuove forme di coordinamento in.terregionale per definire criteri omogenei per l’at.tribuzione della qualifica internazionale e nazionale alle manifestazioni fieristiche, per i requisiti minimi dei quartieri fieristici, per le modalità di composizio.ne e pubblicizzazione del calendario fieristico nazio.nale, per la raccolta e diffusione dei dati statistici e la realizzazione di rapporti, studi o analisi sull’anda.mento dell’intero sistema fieristico.
Art. 125
(Definizioni)
1. Ai fini dell’applicazione delle disposizioni contenute in questo titolo, si intende per:
a) manifestazioni fieristiche, le attività svolte in via ordinaria, in regime di diritto privato ed in regi.me di libera concorrenza per la presentazione e la promozione o la commercializzazione, limi.tate nel tempo ed in idonei complessi espositivi, di beni e servizi, destinate a visitatori generici e ad operatori professionali dei settori economici coinvolti;
b) quartieri fieristici, le aree appositamente edifi.cate e attrezzate per ospitare manifestazioni fie.ristiche, a tal fine destinate dalla pianificazione urbanistica territoriale;
c) spazi fieristici non permanenti, le aree apposi.tamente attrezzate per ospitare manifestazioni fieristiche;
d) organizzatori, i soggetti pubblici e privati che esercitano attività di progettazione, realizzazio.ne e promozione di manifestazioni fieristiche. Gli organizzatori provenienti dai paesi membri dell’Unione europea sono legittimati secondo le norme dei rispettivi ordinamenti di appartenen.za;
e) enti fieristici, i soggetti che hanno la disponibi.lità, a qualunque titolo, dei quartieri fieristici, anche al fine di promuovere l’attività fieristica;
f) espositori, i soggetti pubblici e privati che par.tecipano alle manifestazioni fieristiche per pre.sentare, promuovere o diffondere beni o servizi, siano essi produttori, rivenditori o associazioni operanti nei settori economici oggetto delle atti.vità fieristiche;
g) visitatori, coloro che accedono alle manifesta.zioni fieristiche, siano essi il pubblico od opera.tori professionali del settore o dei settori econo.mici oggetto della rassegna.

Art. 126
(Manifestazioni fieristiche)
1. Tra le manifestazioni fieristiche di cui alla lettera a) del comma 1 dell'articolo 125, sono individuate in particolare le seguenti tipologie:
a) fiere generali, senza limitazione merceologica, aperte al pubblico, dirette alla presentazione e all'eventuale vendita, anche con consegna im.mediata, dei beni e dei servizi esposti;
b) fiere specializzate, limitate ad uno o più settori merceologici omogenei o tra loro connessi, ri.servate agli operatori professionali, dirette alla presentazione e alla promozione dei beni e dei servizi esposti, con contrattazione solo su cam.pione e con possibile accesso del pubblico in qualità di visitatore;
c) mostre mercato, limitate ad uno o più setto.ri merceologici omogenei o connessi tra loro, aperte al pubblico indifferenziato o ad operatori professionali, dirette alla promozione o anche alla vendita dei prodotti esposti;
d) esposizioni aperte al pubblico, dirette alla pro.mozione sociale, tecnica, scientifica e culturale, con esclusione di ogni immediata finalità com.merciale.
2. L'attività di vendita all'interno delle fiere generali e delle mostre mercato e l'accesso del pubblico indif.ferenziato alle fiere specializzate sono disciplinati dal regolamento della manifestazione.
3. La Regione e i Comuni, nell'ambito delle rispettive competenze, garantiscono la parità di condizioni per l'accesso alle strutture e l'adeguatezza della qualità dei servizi agli espositori e agli utenti, assicurando il coordinamento delle manifestazioni ufficiali, nonché la pubblicità dei dati e delle informazioni ad esse re.lativi.
4. Sono escluse dall'ambito di applicazione di questo titolo:
a) le esposizioni universali, disciplinate dalla Con.venzione sulle esposizioni internazionali firmata a Parigi il 22 novembre 1928;
b) le esposizioni permanenti di beni e di servizi;
c) le iniziative volte alla vendita di beni e servizi esposti presso i locali di produzione;
d) l'attività di esposizione e di vendita di opere di interesse artistico e culturale, in quanto discipli.nate dalle leggi di settore;
e) le esposizioni a carattere non commerciale di opere d'arte o di beni culturali;
f) le esposizioni, a scopo promozionale o di ven.dita, realizzate nell'ambito di convegni o mani.festazioni culturali, purché non superino i mille metri quadrati di superficie netta;
g) le attività di vendita di beni e servizi disciplinate dalla normativa sul commercio in sede fissa e sul commercio al dettaglio in aree pubbliche;
h) le manifestazioni legate a tradizioni locali, quali le feste e le sagre paesane, comprese quelle col.legate a celebrazioni devozionali o di culto;
i) le mostre collegate al collezionismo qualora non abbiano finalità di vendita o di mercato.
Art. 127
(Qualificazione delle manifestazioni fieristiche)
1. Le manifestazioni fieristiche sono qualificate di rile.vanza internazionale, nazionale, regionale o locale.
2. La qualifica di manifestazione fieristica di rilevan.za internazionale, nazionale e regionale è attribuita dalla Regione, con decreto del dirigente della strut.tura organizzativa competente in materia, in base ai requisiti e alle modalità stabiliti con il regolamento adottato ai sensi dell'articolo 16, in conformità ai se.guenti criteri:
a) numero, provenienza e rappresentatività degli espositori dei settori cui la manifestazione è ri.volta;
b) numero e qualificazione professionale e com.merciale dei visitatori;
c) caratteristiche e dimensioni del mercato dei beni e dei servizi da esporre;
d) idoneità della sede, delle infrastrutture, degli impianti, delle strutture e dei servizi espositivi;

e) risultati conseguiti nelle precedenti edizioni, in.dicati sinteticamente in apposita relazione con.suntiva e dettagliatamente elencati nella scheda rilevazione dati, da trasmettere alla Regione.
3. La qualifica di manifestazione fieristica di rilevanza locale è attribuita dal Comune nel cui territorio si svolge la manifestazione, con le modalità stabilite dal Comune medesimo.

Art. 128
(Regolamento)

1. Con il regolamento di cui all'articolo 16 la Giunta regionale stabilisce in particolare:
a) i requisiti e le modalità per l'attribuzione della qualifica di cui all'articolo 127;
b) i termini, le modalità e i requisiti relativi alla co.municazione di cui all'articolo 129;
c) le modalità per la redazione del calendario di cui all'articolo 130;
d) i requisiti di idoneità dei quartieri fieristici e de.gli spazi fieristici non permanenti e le modalità di verifica degli stessi;
e) i requisiti e le modalità per l'iscrizione negli elenchi di cui all'articolo 131;
f) le modalità per la creazione di un sistema omo.geneo di controllo e certificazione dei dati relati.vi alle manifestazioni internazionali e nazionali.

Art. 129
(Svolgimento delle manifestazioni fieristiche)

1. L'organizzatore pubblico o privato che intende svol.gere manifestazioni fieristiche nella regione Marche deve inviare una comunicazione agli enti di seguito indicati, contenente i dati relativi alle manifestazioni medesime, la dichiarazione del possesso dei requisiti stabiliti ai sensi del comma 3 ed allegare il regola.mento della manifestazione:
a) alla Regione se si tratta di manifestazioni fieri.stiche internazionali, nazionali e regionali;
b) al Comune nel caso di manifestazioni fieristiche locali.
2. In particolare la comunicazione di cui al comma 1 deve indicare la denominazione, la qualifica posse.duta, il luogo di svolgimento, le date di inizio e chiu.sura della manifestazione e i settori merceologici.
3. I termini e le modalità di presentazione della comu.nicazione, i dati, i requisiti e la durata da comunica.re sono stabiliti con il regolamento adottato ai sensi dell'articolo 128.

Art. 130
(Calendario regionale
delle manifestazioni fieristiche)

1. Il calendario regionale delle manifestazioni fieristi.che di rilevanza internazionale, nazionale e regiona.le è pubblicato a cura della struttura organizzativa regionale competente nel Bollettino ufficiale della Regione.
2. Il calendario è redatto in base alle modalità stabilite dal regolamento adottato ai sensi dell'articolo 128 e riporta per ogni manifestazione:
a) la denominazione ufficiale;
b) la tipologia e la qualifica;
c) il luogo e il periodo di svolgimento;
d) i settori merceologici interessati;
e) il soggetto organizzatore.

Art. 131
(Elenco regionale degli enti fieristici e
degli organizzatori)

1. È istituito l'elenco regionale presso la struttura or.ganizzativa competente degli enti fieristici dotati di personalità giuridica.
2. Al fine di garantire la massima trasparenza e parità di condizioni tra gli operatori, gli enti di cui al com.ma 1 che organizzano anche manifestazioni fieristi.che provvedono all'amministrazione e alla rendicon.tazione contabile separate delle diverse attività.
3. Per assicurare il puntuale monitoraggio dell'attività fieristica svolta nel territorio della regione, presso la struttura organizzativa regionale competente è al.tresì istituito l'elenco degli organizzatori di manife.stazioni fieristiche.

4. Gli elenchi di cui ai commi 1 e 3 sono costituiti e aggiornati con decreto del dirigente della struttura organizzativa regionale competente, sulla base dei requisiti e delle modalità per l'iscrizione, nonché per la verifica del rispetto dei medesimi, stabiliti nel re.golamento adottato ai sensi dell'articolo 128.

Art. 132
(Promozione e sviluppo del sistema fieristico regionale)

1. Ai fini della promozione e dello sviluppo del sistema fieristico regionale, la Giunta regionale adotta an.nualmente il programma delle attività promoziona.li per l'anno successivo, con l'individuazione delle iniziative da svolgere nel territorio regionale.
2. Nell'ambito del programma di cui al comma 1 e in base alle disponibilità di bilancio, sono stabiliti tra l'altro i criteri e le modalità per la concessione di contributi ai soggetti organizzatori delle manifesta.zioni fieristiche iscritte nel calendario di cui all'arti.colo 130. Particolari benefici sono individuati a fa.vore degli organizzatori di manifestazioni fieristiche di rilevanza internazionale, nazionale e regionale che adottano la procedura di certificazione dei dati attinenti agli espositori e ai visitatori, secondo i cri.teri internazionalmente accolti.

Art. 133
(Vigilanza e sanzioni)

1. La vigilanza sul rispetto delle norme di cui a questo titolo è esercitata dai Comuni.
2. In caso di organizzazione o svolgimento di manife.stazioni fieristiche in mancanza della previa comuni.cazione o in caso di svolgimento di manifestazioni fieristiche con modalità diverse da quelle comunica.te, è disposta l'applicazione della sanzione ammini.strativa pecuniaria da un minimo di euro 5,00 ad un massimo di euro 50,00 per ciascun metro quadrato di superficie netta, nonché la revoca della qualifica e l'esclusione dal calendario regionale e dal ricono.scimento di qualifica per un periodo da due a cinque anni.
3. In caso di abuso della qualifica di manifestazione internazionale o nazionale, è disposta l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria pari a una somma compresa tra il 10 e il 30 per cento del fat.turato della manifestazione, nonché l'esclusione dal calendario regionale e dal riconoscimento di qualifi.ca nei due anni successivi.
4. In caso di violazione degli obblighi sulla correttezza e veridicità dell'informazione e della pubblicità ver.so gli utenti, è disposta la sanzione amministrativa pecuniaria pari a una somma compresa tra l'1 e il 10 per cento del fatturato della manifestazione.
5. In caso di violazione delle norme del regolamento della singola manifestazione fieristica, è disposta l'applicazione della sanzione amministrativa pecu.niaria da euro 10,00 ad euro 100,00 per ogni metro quadrato di superficie netta.
6. In caso di recidiva, le sanzioni amministrative pecu.niarie di cui a questo articolo sono raddoppiate.
7. Le sanzioni sono irrogate dai Comuni in base a quanto previsto dalla l.r. 33/1998.

TITOLO VII
Interventi finanziari per il commercio

Art. 134
(Interventi finanziari)

1. La Regione, al fine di favorire lo sviluppo della rete distributiva regionale, promuove, nell'ambito delle proprie competenze, anche attraverso azioni dirette, interventi a favore delle micro, piccole e medie im.prese commerciali, finalizzati a:

a) riqualificare il commercio attraverso l'ammo.dernamento delle strutture aziendali e dei me.todi gestionali delle imprese, lo sviluppo delle forme associative e dei rapporti di collaborazio.ne interaziendali, la realizzazione di interventi di riqualificazione urbana e l'offerta di adeguati servizi commerciali;

b) sviluppare l’assistenza tecnica, la formazione imprenditoriale e l’aggiornamento professiona.le, prevedendo il possibile coinvolgimento delle associazioni di categoria, dei CAT o di altro sog.getto accreditato;
c) favorire il reperimento di migliori condizioni per l’accesso al credito da parte delle imprese commerciali anche con l’obiettivo di combattere i fenomeni dell’usura, dell’estorsione e del so.vra indebitamento;
d) sostenere la permanenza e lo sviluppo delle atti.vità commerciali attraverso l’accesso al credito agevolato e disponendo contributi a fondo per.duto, in conto interessi e per il credito d’imposta per l’attuazione degli interventi di cui a questo titolo.

Art. 135
(Interventi e concessione contributi)

1. La Regione concede contributi per gli interventi re.gionali di cui all’articolo 134 volti in particolare a:
a) realizzare progetti relativi alla riqualificazione e alla valorizzazione commerciale di vie, aree o piazze, con particolare riguardo ai centri storici, zone pedonalizzate e a traffico limitato;
b) sistemare e riqualificare le aree destinate ai mer.cati;
c) realizzare progetti di assistenza tecnica, proget.tazione ed innovazione tecnologica e organizza.tiva nonché promuovere attività di formazione imprenditoriale e aggiornamento professionale;
d) realizzare programmi di intervento per la pro.mozione e l’attivazione di “Centri commerciali naturali”, intesi come centri urbanizzati a voca.zione commerciale, volti alla rigenerazione e al rinnovo commerciale attraverso la formazione di partnership pubblico-privato;
e) promuovere le produzioni tipiche, di qualità e di eccellenza delle Marche;
f) promuovere presso le imprese metodologie per l’adeguamento della qualità aziendale comples.siva agli standard richiesti dalla normativa stata.le ed europea;
g) realizzare progetti aziendali per l’attuazione di sistemi di qualità per la fornitura e la realizza.zione di servizi e prodotti, in conformità alla normativa nazionale ed europea;
h) certificare i sistemi di qualità per imprese del commercio e dei servizi;
i) sostenere progetti riguardanti l’insediamento e lo sviluppo di esercizi commerciali polifunzio.nali;
j) sviluppare e sostenere il commercio elettroni.co, il commercio equo e solidale e misure volte all’abbattimento delle barriere architettoniche;
k) incrementare le attività delle cooperative di ga.ranzia e di consorzi fidi e di credito mediante l’integrazione dei fondi rischi e del patrimonio di garanzia;
l) promuovere e incentivare misure concrete per garantire una maggiore sicurezza alle imprese commerciali che all’interno dei loro luoghi di lavoro svolgono attività sottoposte al rischio cri.minalità;
m) promuovere misure per la promozione dei nego.zi di prodotti sfusi e alla spina e dei locali stori.ci;
n) promuovere lo sviluppo di attività economiche e le azioni di cooperazione istituzionale e nei servizi fra piccoli comuni nelle aree regionali maggiormente isolate e marginali;
o) valorizzare i borghi e i centri storici anche me.diante l’attivazione di progetti integrati;
p) promuovere interventi per assicurare lo svilup.po, la valorizzazione e la promozione del picco.lo commercio nei borghi e nei centri storici.

2. La Regione concede, altresì, contributi ai Comuni per la costituzione di un fondo da destinare alle atti.vità commerciali ed eventualmente anche alle attivi.tà artigianali e di servizio, per i danni subiti a causa dell’esecuzione dei lavori pubblici.

3. La Regione al fine di accelerare il processo di am.modernamento della piccola impresa commerciale costituisce un fondo per promuovere studi e ricerche sul sistema commerciale urbano e progetti di speri.mentazione commerciale innovativi a beneficio della piccola impresa.

Art. 136
(Destinatari dei contributi)

1. Possono concorrere alla concessione dei contributi previsti da questa legge:
a) i Comuni, le Comunità montane e le Unioni di Comuni;
b) le micro, piccole e medie imprese esercenti il commercio, nonché quelle esercenti la sommi.nistrazione al pubblico di alimenti e bevande;
c) i soggetti distributivi costituiti in forma coope.rativa o in altra forma societaria aventi, quale attività primaria, l'acquisto in comune di merci per conto delle imprese associate;
d) le cooperative e i consorzi fidi, aventi fini di mutualità tra gli aderenti, con sede nel territo.rio della regione, costituiti tra esercenti il com.mercio all'ingrosso e al dettaglio in sede fissa o ambulante, tra esercenti la somministrazione di alimenti e bevande e altri operatori del settore commerciale, turistico e dei servizi;
e) le cooperative di garanzia ed i consorzi fidi;
f) i Centri di assistenza tecnica (CAT).

Art. 137
(Programma di utilizzo delle risorse)

1. La Giunta regionale, previo parere della competente Commissione assembleare, approva un programma annuale di utilizzo delle risorse destinate al finanzia.mento degli interventi previsti da questa legge.
2. La Giunta regionale, sulla base del programma di cui al comma 1, per ciascun intervento ivi previsto, adotta i criteri e le modalità per la concessione dei contributi.
3. Entro il 31 dicembre di ogni anno la Giunta regiona.le trasmette all'Assemblea legislativa una relazione sull'utilizzo delle risorse di cui al comma 1.

TITOLO VIII
Disposizioni finali

Art. 138
(Potere sostitutivo)

1. In caso di inadempienza degli enti locali nell'eserci.zio delle funzioni e compiti stabiliti da questa legge, la Giunta regionale, previa diffida, sentito il Consi.glio delle autonomie locali, interviene in via sostitu.tiva nominando un commissario per il compimento degli atti dovuti.
2. Gli oneri conseguenti all'attività del commissario sono posti a carico dell'ente interessato.

Art. 139
(Disposizioni finanziarie)

1. Alla realizzazione degli interventi previsti da questa legge concorrono risorse europee, statali e regionali.
2. Per l'attuazione degli interventi previsti dall'articolo 132, con questa legge è autorizzata per l'anno 2022 la spesa massima di euro 75.000,00 nella Missione 14 "Sviluppo economico e competitività", Program.ma 02 "Commercio - reti distributive - tutela dei consumatori", Titolo 1 dello stato di previsione della spesa del bilancio 2021/2023.
3. Per l'attuazione degli interventi previsti dall'articolo 135, con questa legge è autorizzata per l'anno 2022 la spesa massima di euro 200.000,00 nella Missione 14 "Sviluppo economico e competitività", Program.ma 02 "Commercio - reti distributive - tutela dei consumatori", Titolo 1 dello stato di previsione della spesa del bilancio 2021/2023.
4. La copertura degli oneri autorizzati al comma 2 e al comma 3 è garantita dalle risorse regionali già iscritte a carico della Missione 14 "Sviluppo econo.mico e competitività", Programma 02 "Commercio - reti distributive - tutela dei consumatori", Titolo 1 per euro 75.000,00 e al Titolo 2 per euro 200.000,00 dello stato di previsione della spesa del bilancio 2021/2023.
5. Per effetto del comma 4 l'autorizzazione di spesa per l'anno 2022 prevista nella Tabella A allegata alla legge regionale 31 dicembre 2020, n. 54 (Bilancio di previsione 2021/2023), per la legge regionale 10 novembre 2009, n. 27 è ridotta di euro 275.000,00.
6. A decorrere dal 2022, all'autorizzazione delle spe.se relative agli interventi previsti da questa legge si provvede con legge di approvazione del bilancio dei singoli esercizi finanziari.

7. All’attuazione degli interventi previsti da questa legge possono concorrere le risorse provenienti dal.le assegnazioni dell’Unione europea, dello Stato in quanto compatibili e le ulteriori risorse regionali che si renderanno disponibili da iscrivere a carico della Missione 14, Programma 02, dello stato di previsio.ne della spesa del bilancio nel rispetto della normati.va vigente in materia di contabilità pubblica.
8. La Giunta regionale è autorizzata ad apportare le va.riazioni necessarie ai fini della gestione.

Art. 140
(Norme transitorie e finali)

1. Le disposizioni di questa legge prevalgono sulle eventuali diverse previsioni degli strumenti urbani.stici provinciali e comunali, finché le Province ed i Comuni non abbiano adeguato i propri strumenti di programmazione urbanistica e commerciale al rego.lamento di cui all’articolo 16.
2. Fino alla data di entrata in vigore dei regolamenti di cui all’articolo 16 e delle altre disposizioni attuative di questa legge, continuano ad applicarsi le corri.spondenti disposizioni adottate ai sensi delle norme abrogate.
3. Ai procedimenti in corso alla data di entrata in vigo.re di questa legge continuano ad applicarsi le norme previgenti.
4. I contributi sono concessi nel rispetto della normati.va europea.

Art. 141
(Abrogazioni)

1. A decorrere dalla data di entrata in vigore di que.sta legge, sono o restano abrogate la legge regionale 10 novembre 2009, n. 27 (Testo unico in materia di commercio) e successive modifiche ed integrazioni.

Art. 142
(Dichiarazione d’urgenza)

1. Questa legge è dichiarata urgente ed entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regione.

La presente legge regionale è pubblicata nel Bollettino ufficiale della Regione. E’ fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e farla osservare come legge della regione Marche.

Ancona 05 agosto 2021.

Il Presidente della Giunta regionale
(Francesco Acquaroli)