

COMUNE DI SAPRI
Provincia di SALERNO
Regolamento per il Commercio
in sede fissa

(APPROVATO CON DELIBERA DI C.C. N. 07 DEL 25 FEBBRAIO 2016)

- Art. 1 - Oggetto e finalità della legge regionale 1/2014 e del Regolamento Comunale (*art. 1 L.R. 1/2014*)
- Art. 2 - Ambito di applicazione
- Art. 3 - Definizioni (*art. 3 L.R. 1/2014*);
- Art. 4- Classificazioni degli esercizi commerciali (*art. 4 L.R. 1/2014*)
- Art. 5 - Svolgimento dell'attività di vendita negli esercizi in sede fissa (*art. 6 L.R. 1/2014*)
- Art. 6 - Requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale (*art. 7 L.R. 1/2014*)
- Art. 7 - Sportello unico per le attività produttive (*art. 8 L.R. 1/2014*)
- Art. 8 - Esercizi di vicinato (*art. 15 L.R. 1/2014*)
- Art. 9 - Esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti (*art. 16 L.R. 1/2014*)
- Art. 10 - Medie strutture di vendita (*art. 17 L.R. 1/2014*)
- Art. 11- Caratteristiche qualitative delle grandi strutture di vendita (*art. 18 L.R. 1/2014*)
- Art. 12 - Parametri di valutazione per l'insediamento delle grandi strutture di vendita (*art. 19 L.R. 1/2014*)
- Art. 13 - Autorizzazioni per grandi strutture di vendita (*art. 20 L.R. 1/2014*)
- Art. 14 - Procedure per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita (*art. 21 L.R. 1/2014*)
- Art. 15 - Aree di parcheggio degli esercizi commerciali (*art. 22 L.R. 1/2014*)
- Art. 16 - Aree destinate ad uso pubblico ed a movimentazione delle merci (*art. 23 L.R. 1/2014*)
- Art. 17- Orari di vendita (*art. 24 L.R. 1/2014*)
- Art. 18 - Vendite straordinarie (*art. 25 L.R. 1/2014*)
- Art. 19 - Spacci interni (*art. 50 L.R. 1/2014*)
- Art. 20 - Apparecchi automatici (*art. 51 L.R. 1/2014*)
- Art. 21 - Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione (*art. 52 L.R. 1/2014*)
- Art. 22 - Vendite effettuate presso il domicilio del consumatore (*art. 53 L.R. 1/2014*)
- Art. 23 - Commercio all'ingrosso (*art. 56 L.R. 1/2014*)
- Art. 24 - Sanzioni (*art. 57 L.R. 1/2014*)
- Art. 25 - Entrata in vigore

Allegati: A1-A2-A3 -B- C

Art. 1 - Oggetto e finalità della legge regionale 1/2014 e del Regolamento Comunale
(*art. 1 L.R. 1/2014*)

1. La Legge Regionale è emanata in virtù delle competenze conferite alle Regioni in materia di commercio ai sensi delle potestà legislative previste all'articolo 117 della Costituzione, come modificato dalla legge costituzionale n. 3 del 2001.

2. La Legge Regionale attua le disposizioni di liberalizzazione del settore del commercio e della libera circolazione delle merci e dei servizi previste dal Trattato di funzionamento dell'Unione Europea (T.F.U.E.), dalla Direttiva comunitaria 2006/123/CE, dal D.Lgs. n. 59/2010 e s.m.i., dal D.Lgs. n. 147/2012, dalla legge n. 148/2011, dalla legge n. 214/2011, dalla legge n. 248/2006 e dal D.P.R. n. 160/2010, nel rispetto della legge n. 241/1990, che disciplina i procedimenti amministrativi.

3. Costituisce principio generale della Legge Regionale l'apertura di nuovi esercizi

commerciali senza contingenti, limiti territoriali o vincoli di qualsiasi altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute dei lavoratori ed alla tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano e i beni culturali.

4. Le disposizioni di norme regionali e/o di regolamenti comunali che disciplinano l'accesso e l'esercizio delle attività commerciali devono garantire il principio di libertà di impresa e di tutela della concorrenza.

5. Le previsioni di norme regionali e/o di regolamenti comunali relative all'introduzione di limitazioni all'accesso e all'esercizio delle attività commerciali devono essere oggetto di interpretazione restrittiva, fermi i principi di liberalizzazione di cui all'art. 1 della Legge Regionale.

6. Le restrizioni in materia di accesso e di esercizio delle attività commerciali previste dall'ordinamento regionale e comunale sono divenute inefficaci con l'entrata in vigore della Legge Regionale; le norme regionali ed i regolamenti comunali non incompatibili con le disposizioni ed i principi della Legge Regionale permangono in vigore.

7. Il principio di tutela della concorrenza utilizzata dal legislatore regionale, coerentemente con quello adottato dalla norma costituzionale all'articolo 117, secondo comma, lettera e), ed operante nel sistema giuridico comunitario, persegue le finalità di ampliamento dell'area di libera scelta sia dei cittadini, sia delle imprese, queste ultime anche quali fruitrici, a loro volta, di beni e di servizi. Si tratta, in altri termini, dell'aspetto più precisamente di promozione della concorrenza, che mira ad aprire un mercato o a consolidarne l'apertura, eliminando le barriere all'entrata, riducendo o eliminando vincoli al libero esplicarsi della capacità imprenditoriale e della competizione tra imprese, e, più in generale, i vincoli alle modalità di esercizio delle attività economiche. Il conseguimento degli equilibri del mercato, pertanto, non può essere predeterminato normativamente o amministrativamente, mediante la programmazione della struttura dell'offerta, occorrendo invece, al fine di promuovere la concorrenza, eliminare i limiti ed i vincoli sui quali ha appunto inciso la Legge Regionale, che ha quindi fissato le condizioni per garantire l'assetto concorrenziale nel mercato della distribuzione commerciale.

8. Il comma 3 dell'articolo 1 della legge regionale n. 1/2014 stabilisce che

"l'introduzione di un regime amministrativo volto a sottoporre ad autorizzazione le medie strutture e le grandi strutture di vendita, nonché gli esercizi per le merci ingombranti ed il commercio in aree pubbliche, è giustificato sulla base dell'esistenza di un interesse generale, costituzionalmente rilevante e compatibile con l'ordinamento comunitario, nel rispetto del principio di proporzionalità, riferito esclusivamente alle materie di ambiente, di edilizia, di urbanistica, di tutela della sanità pubblica, di tutela della pubblica sicurezza, di tutela dei lavoratori e di tutela dell'incolumità delle persone".

Al riguardo si evidenzia che il decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 e s.m.i., che ha recepito la Direttiva comunitaria 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno, ha indicato, quale strumento principale per perseguire l'obiettivo della semplificazione normativa e amministrativa delle procedure e delle formalità relative all'accesso ed allo svolgimento delle attività di servizio, la necessità di limitare l'obbligo di autorizzazione preliminare alle attività di servizio e di prevedere requisiti per l'accesso all'attività solo nei casi in cui tale autorizzazione e tali requisiti siano giustificati da motivi di ordine pubblico, pubblica sicurezza, sanità pubblica o tutela dell'ambiente, in conformità e nel rispetto dei principi di non discriminazione, necessità e proporzionalità.

Il decreto legislativo 59/2010, però, non ha modificato, tra l'altro, gli articoli 8, 9 e 28 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, rispettivamente relativi alle medie strutture di vendita, alle grandi strutture di vendita ed all'esercizio del commercio su aree pubbliche.

Di conseguenza, le autorizzazioni per tali attività sono state ritenute necessarie ai fini indicati. L'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241, nella formulazione vigente, prevede espressamente che la segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) sostituisce

"Ogni atto di autorizzazione, licenza, concessione non costitutiva, permesso o nulla osta comunque denominato, comprese le domande per le iscrizioni in albi o ruoli richieste per l'esercizio di attività imprenditoriale, commerciale o artigianale il cui rilascio dipenda esclusivamente dall'accertamento di requisiti e presupposti richiesti dalla legge o da atti

amministrativi a contenuto generale, e non sia previsto alcun limite o contingente complessivo o specifici strumenti di programmazione settoriale per il rilascio degli atti stessi (...)”.

La disposizione, pertanto, sancisce l'inammissibilità dell'istituto della SCIA nei casi in cui, ai fini dell'avvio di un'attività, la disciplina di settore disponga la necessità di strumenti di programmazione, che, nei casi delle attività commerciali in discorso, appare ancora necessaria. Con riferimento alle attività di commercio al dettaglio, come anche precisato dalle Risoluzioni prot. n. 180107 del 5 novembre 2013 e prot. n. 74808 del 6 maggio 2013 del Ministero dello Sviluppo Economico, Dipartimento per l'Impresa e l'Internalizzazione, resta attualmente ferma la necessità dell'autorizzazione nei seguenti casi:

- apertura di una media struttura di vendita
- trasferimento di sede di una media struttura di vendita
- ampliamento della superficie di una media struttura di vendita
- l'apertura di un esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti
- apertura di una grande struttura di vendita
- trasferimento di sede di una grande struttura di vendita
- ampliamento della superficie di una grande struttura di vendita
- Per quanto riguarda le disposizioni di liberalizzazione recate dalle normative

statali a partire dall'anno 2011, in particolare, ci si riferisce:

☒☒all'articolo 3 del D.L. 13 agosto 2011, n. 138, convertito, con modificazioni, dalla legge di conversione 14 settembre 2011, n. 148, relativo all'abrogazione delle indebite restrizioni all'accesso e all'esercizio delle professioni e delle attività economiche;

☒☒all'articolo 1 del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, il quale prevede l'abrogazione delle norme che pongono divieti e restrizioni alle attività economiche che non siano adeguati o non proporzionati alle finalità pubbliche perseguite, nonché delle disposizioni di pianificazione e programmazione territoriale con prevalente finalità o contenuto economico che pongono limiti, programmi e controlli non ragionevoli, ovvero non adeguati o non proporzionati rispetto alle finalità pubbliche dichiarate e che in particolare impediscono, condizionano o ritardano l'avvio di nuove attività economiche o l'ingresso di nuovi operatori economici, ponendo un trattamento differenziato rispetto a quelli già esistenti sul mercato, ovvero alterano le condizioni di piena concorrenza fra gli operatori economici;

☒☒all'articolo 31, secondo comma, del D.L. 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge di conversione 22 dicembre 2011, n. 214, il quale ribadisce che, secondo la disciplina dell'Unione Europea e nazionale in materia di concorrenza, libertà di stabilimento e libera prestazione di servizi, costituisce principio generale dell'ordinamento statale la libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali.

Fermo quanto sopra, vanno altresì richiamati i principi di ragionevolezza e proporzionalità, espressamente citati nei provvedimenti di liberalizzazioni di cui sopra, secondo i quali l'azione amministrativa si deve adeguare ad un canone di razionalità operativa, in modo da evitare delle decisioni arbitrarie ed irrazionali ed assicurare situazioni che non compromettano i fattori di analogo rango costituzionale meritevoli di tutela.

Con riferimento, invece, all'art. 30, comma 5-ter del D.L. n. 69 del 2013 (cosiddetto "Decreto del Fare"), convertito, con modificazioni, dalla legge 9 agosto 2013, n. 98, si osserva ulteriormente che esso ha modificato l'art. 31, comma 2, del D.L. 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214, aggiungendo al comma 2 del citato articolo 31, un periodo secondo il quale le regioni possono prevedere, senza discriminazioni tra gli operatori, anche aree interdette agli esercizi commerciali, ovvero limitazioni ad aree dove possano insediarsi attività produttive e commerciali.

Riguardo al dettato normativo come modificato dal D.L. n. 69/2013 e dalla legge di conversione n. 98/2013, si evidenzia che il medesimo non si pone in contrasto con i principi comunitari di libera concorrenza e libera prestazione dei servizi e con il dettato originario dello stesso articolo 31, comma 2, che individua quali principi dell'ordinamento nazionale la libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di qualsiasi altra natura, *"esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano e dei beni culturali"*.

La Legge Regionale, in attuazione delle norme di liberalizzazione e di garanzia dei principi da tutelare, ha disciplinato i titoli amministrativi abilitanti l'esercizio delle diverse tipologie di attività commerciali, secondo una precisa ripartizione tra autorizzazione e segnalazione certificata di inizio attività (SCIA), come schematicamente riportato in appresso:

Tipologia di attività	Tipologia di procedura	Titolo amministrativo	L.R. 1/2014
EV	- apertura - ampliamento della SV - ampliamento del settore merceologico - trasferimento di sede	SCIA	art. 15, co. 2
EMI	- apertura - ampliamento della SV - ampliamento del settore merceologico - trasferimento di sede	Autorizzazione	art. 16
MSV	- apertura - ampliamento della SV - ampliamento del settore merceologico - trasferimento di sede	Autorizzazione	art. 17, co. 3
	- apertura per concentrazione - ampliamento di SV per accorpamento - trasferimento di sede con concentrazione/accorpamento - aggiunta di settore merceologico in MSV con attività ultrannuale	SCIA	art. 17, co. 4 e 6
	- ampliamento della SV in MSV con attività ultratriennale	SCIA	art. 17, co. 5
GSV	- apertura - trasferimento di sede/rilocalizzazione - ampliamento della SV - ampliamento del settore merceologico - trasformazione di G2 in G1 o G1 in G2 - trasformazione di MSV/EMI in GSV	Autorizzazione	art. 20, co. 2, 3 e 4
	- ampliamento di SV per accorpamento	SCIA	art. 20, co. 5

Legenda: **EV**= esercizio di vicinato; **MSV**= media struttura di vendita; **GSV**= grande struttura di vendita; **SV**= superficie di vendita.

9. Il presente REGOLAMENTO disciplina lo svolgimento dell'attività di commercio su aree pubbliche nel territorio comunale ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 31.3.1998, n. 114 (di seguito indicato come Decreto Legislativo) e la L.R. n. 1/2014 e persegue le seguenti finalità:

- Promuovere la modernizzazione del sistema distributivo su aree pubbliche;
- Assicurare il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle micro e piccole imprese;
- Garantire il principio della libera concorrenza attraverso una pluralità di alternative di scelta per i consumatori;
- Assicurare la trasparenza e snellezza nell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento previsto dalla L. 241/90.

Il presente Regolamento rappresenta lo strumento di indirizzo programmatico e di gestione del sistema di Commercio su aree pubbliche in conformità di quanto disposto dal D.Lgs. e dalla Legge Regionale. Le norme di cui al presente Regolamento si applicano a tutti gli operatori commerciali su aree pubbliche ed ai produttori agricoli di cui al D.Lgs. 18.5.2001, n. 228.

Il presente Regolamento viene approvato e/o modificato dal Consiglio Comunale.

ART. 2. Ambito di applicazione

Il presente Regolamento non si applica ai soggetti di cui all'art. 2 Legge Regionale 1/2014.

ART. 3 Definizioni (art. 3 L.R. 1/2014)

1. Ai fini della Legge Regionale n. 1/2014 si intendono per:

- a) commercio al dettaglio, l'attività svolta in forma temporanea o permanente, da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, come su aree pubbliche, con distributori automatici e al domicilio dei consumatori direttamente al consumatore finale;
- b) commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande, per assumere tale attività la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;
- c) commercio elettronico, le operazioni commerciali svolte on-line e disciplinate dal decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 (Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico);
- d) commercio su aree private, il commercio al minuto effettuato su aree o in locali privati, a mezzo di attrezzature idonee all'attività;
- e) commercio su aree pubbliche, il commercio al minuto effettuato su aree pubbliche, coperte o scoperte, strade, canali, piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico, di cui il Comune ha, in forma temporanea o permanente, la disponibilità;
- f) mercato su area privata, l'area privata adibita all'esercizio dell'attività mercatale per l'offerta Giunta Regionale della Campania integrata di merci al dettaglio, la vendita di prodotti tipici, la vendita di prodotti artigianali, la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, senza installazione di strutture fisse nei posteggi e senza edificazione di volumetrie edilizie nell'area occupata dall'attività mercatale. Per superficie di vendita del mercato su area privata si intende quella risultante dalla somma delle superfici dei singoli posteggi;
- g) forme speciali di vendita al dettaglio, la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi o la vendita per mezzo di apparecchi automatici o la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione o la vendita presso il domicilio dei consumatori;
- h) superficie di vendita di un esercizio commerciale, l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature, vetrine, cabine di prova e simili e le aree di esposizione della merce, se accessibili alla clientela. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, laboratori, locali tecnici, uffici, servizi, avancasse, le zone interdette ai clienti e, anche se accessibile alla clientela, l'area scoperta, se adiacente all'esercizio commerciale e di dimensioni non superiori al venti per cento della superficie di vendita;
- i) l'autorizzazione permanente è il titolo amministrativo che legittima lo svolgimento dell'attività commerciale senza scadenza temporale. Nelle grandi strutture della tipologia G1E, per la determinazione della superficie di vendita sono computati al cinquanta per cento gli spazi occupati da merce non amovibile nel limite massimo del cinquanta per cento della superficie destinata alla vendita;
- l) autorizzazione temporanea, il titolo amministrativo che legittima lo svolgimento dell'attività

commerciale per un determinato periodo temporale;

m) centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale almeno sei esercizi commerciali sono inseriti in un complesso a destinazione specifica ed usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente e sono articolati lungo un percorso pedonale di accesso che consente la diretta comunicazione tra i singoli esercizi. Per superficie di vendita di un centro commerciale s'intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti. E' vietata la denominazione di centro commerciale per tipologie di complessi commerciali che presentano differenti caratteristiche;

n) parco commerciale, l'aggregazione di medie o grandi strutture di vendita insistenti in immobili distinti e ricadenti nella medesima area territoriale e funzionale, che condividono la fruizione di un sistema di accessibilità comune, per cui, anche se contraddistinte da autonome autorizzazioni all'apertura, si configurano come un unico progetto commerciale;

o) outlet, l'esercizio commerciale destinato alla vendita di eccedenze di produzione, seconde scelte, merci rese al produttore, rimanenze di fine serie in capo al produttore o di fine stagione, merci a lenta rotazione, ordinativi annullati, apposite linee di produzione o prove di mercato. E' vietata la denominazione di outlet per tipologie di esercizi commerciali che vendono prodotti differenti da quelli sopra elencati;

p) factory outlet center, l'aggregazione di esercizi commerciali di tipologia di outlet;

q) temporary shop, esercizi temporanei in sede fissa, gli insediamenti dove si svolgono temporanei eventi di promozione o esposizione al pubblico di prodotti alimentari e non alimentari. Negli esercizi di vicinato temporanei in sede fissa, temporary shop, può essere esercitata la vendita al pubblico per un periodo che non può superare i quarantacinque giorni in occasioni di fiere, feste, manifestazioni, mercati, convegni, o comunque riunioni straordinarie di persone per il periodo coincidente con l'evento, previo il possesso dei requisiti morali previsti dall'articolo 71 del decreto legislativo 59/2010, e l'iscrizione, in caso di vendita oltre i trenta giorni, al registro delle imprese presso la Camera di commercio, industria ed artigianato ed essere titolari di un'attività di vendita non temporanea, a garanzia del consumatore;

r) motivi imperativi di interesse generale, le ragioni di pubblico interesse, quali la tutela dei consumatori e dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano, dell'ordine pubblico, della sicurezza pubblica, dell'incolumità pubblica, della sanità pubblica, della sicurezza stradale, dei lavoratori, compresa la protezione sociale degli stessi, dei destinatari di servizi, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela della salute degli animali, della proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico ed artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale;

s) lo sportello unico per le attività produttive, di seguito denominato SUAP, del Comune competente per territorio o della struttura associativa di enti locali di cui al decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 (Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali);

t) segnalazione certificata di inizio attività, di seguito denominata SCIA, come prevista dall'articolo 19 Giunta Regionale della Campania della legge 241/1990, con efficacia dalla sua presentazione;

u) settori merceologici, il settore alimentare ed il settore non alimentare nei quali si articola l'attività commerciale;

v) *esercizi di vicinato, gli esercizi con le superfici di vendita nei limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, lettera d) del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59);*

z) *medie strutture di vendita, gli esercizi con le superfici di vendita nei limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, alla lettera e) del decreto legislativo 114/98;*

aa) grandi strutture di vendita, gli esercizi, anche in forma di centro commerciale, aventi superficie di vendita superiore a 1.500 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente non superiore a 10.000 abitanti e a 2.500 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

bb) centro commerciale naturale, l'aggregazione tra imprese commerciali, artigianali e di servizio insistenti in una determinata area nel centro storico per valorizzare il territorio e rendere più competitivo il sistema commerciale.

Art. 4 - Classificazioni degli esercizi commerciali (art. 4 L.R. 1/2014)

1. Le strutture commerciali sono classificate nel modo seguente:

- a) EV: esercizio di vicinato per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari con superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera v) (1)*;
- b) EMI: esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti, cioè le merci non alimentari di cui il

venditore non può effettuare la consegna immediata, come automobili, mobili, elettrodomestici, legnami e materiali per l'edilizia;

c) MA/M: media struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari, avente superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera z*) (2);

d) ME: media struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari, avente superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera z*) (3);

e) G1A/M ipermercato: grande struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari, avente superficie di vendita fino a 5.000 metri quadrati;

f) G1E: grande struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari, avente superficie di vendita fino a 15.000 metri quadrati;

g) G2CQ: centro commerciale di quartiere o interquartiere, quale grande struttura di vendita costituita da almeno 6 esercizi commerciali in diretta comunicazione tra loro o posti all'interno di una struttura funzionale unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, con superficie di vendita fino a 5.000 metri quadrati;

h) G2CI: centro commerciale inferiore, cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 8 esercizi commerciali con le caratteristiche previste dalla lettera g), con superficie di vendita compresa tra 5.001 metri quadrati e 15.000 metri quadrati;

i) G2CS : centro commerciale superiore, cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 12 esercizi commerciali, con le caratteristiche previste dalla lettera g), con superficie di vendita maggiore di 15.000 metri quadrati;

l) GACP: centro commerciale costituito da aggregazioni commerciali polifunzionali, cioè grande struttura di vendita formata in maniera prevalente da aziende commerciali, artigianali e di servizi aventi sede nel territorio regionale, per promuovere la modernizzazione delle piccole e medie imprese regionali, nonché per salvaguardare i livelli occupazionali;

m) MAP: mercato su area privata costituito da aggregazione di posteggi in numero di almeno 20, la cui singola superficie non supera 80 metri quadrati e di superficie complessiva di vendita non superiore a 10.000 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti e non superiore a 3000 metri quadrati nei Comuni con popolazione non superiore a 10.000 abitanti.

2. Non sono considerati centri o parchi commerciali e non formano una struttura funzionale unitaria l'insieme di singoli negozi allocati in edifici a prevalente destinazione abitativa o direzionale, anche se collegati funzionalmente da percorsi pedonali comuni o di esercizi commerciali insistenti in un immobile privo di destinazione specifica oppure in uno stesso immobile che utilizzano separatamente accessi, ingressi ed aree di parcheggio.

3. Le autorizzazioni o la SCIA delle singole attività di un centro commerciale discendono da un unico provvedimento generale, rilasciato anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel Giunta Regionale della Campania tempo. Le modifiche di ripartizione della superficie di vendita degli esercizi posti all'interno del centro commerciale sono soggette alla comunicazione allo SUAP, se resta invariata la superficie di vendita complessiva del centro commerciale.

4. Nei centri commerciali la superficie di vendita occupata dagli esercizi di vicinato non è inferiore al quaranta per cento della superficie netta complessiva.

5. E' vietato il trasferimento di sede di un'attività fuori dal centro commerciale di appartenenza.

6. Le SCIA delle singole attività che compongono un mercato su area privata discendono da un unico provvedimento generale, rilasciato anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo. Le modifiche di ripartizione della superficie di vendita all'interno del mercato in area privata, nonché gli eventuali spostamenti di posteggio delle singole attività sono soggette alla comunicazione allo SUAP, se resta invariata la superficie di vendita complessiva del mercato.

7. E' vietato il trasferimento di sede di un'attività al di fuori del mercato in area privata di appartenenza.

8. La Regione promuove interventi per lo sviluppo delle imprese operanti nel settore agroalimentare, favorendo i processi di aggregazione in un'ottica di filiera tesi alla valorizzazione delle tipicità ed al recupero delle tradizioni locali. Per favorire i percorsi di filiera corta, che in una logica di rapporto diretto produttore-consumatore, assicurano la conservazione dei valori intrinseci dei prodotti tipici e dei prodotti locali, come la qualità, la tracciabilità, il rispetto delle tradizioni, la Regione promuove la creazione di centri di aggregazione in strutture di piccole e medie dimensioni, provvedendo alla definizione di procedure autorizzative semplificate anche attraverso procedimenti unici.

9. La Regione riconosce la filiera della panificazione ai fini della tracciabilità e commercializzazione delle produzioni panarie.

Art. 5 - Svolgimento dell'attività di vendita negli esercizi in sede fissa (art. 6 L.R. 1/2014)

1. In conformità a quanto stabilito dall'articolo 1336 del codice civile, il titolare dell'attività commerciale al dettaglio procede alla vendita nel rispetto dell'ordine temporale della richiesta.
2. Negli esercizi di commercio al dettaglio l'attività di vendita è esercitata nel rispetto delle norme vigenti in materia igienico-sanitaria, di edilizia, di urbanistica, di sicurezza e di destinazione d'uso dei locali.
3. L'attività di vendita di prodotti alimentari è soggetta al rispetto delle disposizioni previste dal Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004, n. 852 sull'igiene dei prodotti alimentari e dal Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004, n. 853 che stabilisce le norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale.
4. Negli esercizi commerciali che vendono prodotti alimentari, fatto salvo l'obbligo dell'osservanza dei requisiti igienico-sanitari, è consentito il consumo immediato dei medesimi prodotti, utilizzando i locali e gli arredi dell'azienda, con l'esclusione del servizio assistito di somministrazione e delle attrezzature ad esso direttamente finalizzate.
5. I prodotti esposti al pubblico per la vendita nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o in aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, indicano, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con modalità idonee allo scopo. 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 singolo prodotto di un cartellino visibile all'interno dell'esercizio commerciale e non dall'esterno. Per l'esposizione di prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un solo cartellino.
I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trova impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dalla richiamata disposizione. Sono fatte salve le disposizioni vigenti previste dal decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229).
6. Il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte, la cessazione dell'attività relativa agli esercizi di vicinato, alle medie strutture, alle grandi strutture e agli esercizi per merci ingombranti, nonché agli esercizi operanti nei mercati in area privata, sono soggetti alla SCIA da presentare allo SUAP competente per territorio e possono essere effettuati contestualmente alla sua ricezione.
7. In caso di subingresso per causa di morte in un'attività che ha ad oggetto la commercializzazione di prodotti alimentari, il subentrante, se non è in possesso dei requisiti professionali, è tenuto ad acquisirli entro dodici mesi dall'apertura della successione.

Art. 6 - Requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale (art. 7 L.R. 1/2014)

1. Per l'esercizio dell'attività di commercio, il soggetto interessato deve essere in possesso dei requisiti di onorabilità previsti dall'articolo 71, commi da 1 a 5, del decreto legislativo 59/2010.
2. Ai fini dell'esercizio dell'attività di commercio di prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare, il soggetto interessato deve comprovare il possesso di almeno uno dei requisiti professionali previsti dall'articolo 71, commi 6 e 6-bis del decreto legislativo 59/2010.

Art. 7- Sportello unico per le attività produttive (art. 8 L.R. 1/2014)

1. L'unico punto di accesso per il richiedente in relazione ai procedimenti amministrativi disciplinati dalla presente legge è costituito dallo SUAP, previsto dall'articolo 38 del decreto legge 112/2008 convertito, con modificazioni, dalla legge 133/2008. L'accesso allo SUAP avviene in conformità al decreto del Presidente della Repubblica 160/2010.
2. In conformità all'articolo 4, comma 6, del decreto del Presidente della Repubblica 160/2010, fatta salva l'unicità del canale di comunicazione telematico con le imprese da parte dello SUAP, sono attribuite ad esso anche le competenze dello sportello unico per l'edilizia produttiva.
3. L'ufficio competente della Giunta regionale definisce la modulistica da utilizzare per le domande di autorizzazione, per la SCIA e per le comunicazioni previste dalla presente legge entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della medesima legge.

CAPO II - ATTIVITÀ COMMERCIALI IN SEDE FISSA

Art. 8. - Esercizi di vicinato (art. 15 L.R. 1/2014)

1. L'insediamento degli esercizi di vicinato è ammesso in tutte le zone territoriali omogenee comunali, ad eccezione di quelle per le quali lo strumento urbanistico generale espressamente ne vieta la realizzazione.
2. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie fino ai limiti di cui all'articolo 4, comma 1, lettera a) e l'aggiunta di un settore merceologico di un esercizio di vicinato sono soggetti alla SCIA, da presentare allo SUAP competente per territorio. Nella SCIA il soggetto interessato dichiara:
 - a) di possedere i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previste all'articolo 7;
 - b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche, nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
 - c) di appartenere al settore o ai settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
 - d) di aver rispettato eventuali limitazioni della superficie di vendita stabilite dallo SIAD per gli esercizi di vicinato.

Art. 9 - Esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti (art. 16 L.R. 1/2014)

1. Gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti di seguito denominato EMI, sono autorizzati dallo SUAP di competenza, previa domanda di apertura, con le medesime modalità delle medie strutture di vendita, con l'unica differenza che gli standard qualitativi, urbanistici e commerciali sono calcolati con riferimento alla superficie lorda della struttura distributiva, nel rispetto delle previsioni dello SIAD, indicando la limitazione alla vendita dei prodotti ingombranti del settore non alimentare e degli articoli di complemento, nonché l'ampiezza delle superfici espositive e dei depositi
2. Il Comune stabilisce nello SIAD limitazioni della superficie degli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, anche in maniera differenziata per le diverse zone comunali.
3. Le richieste di aggiunta del settore merceologico o dell'ampliamento della superficie di un EMI, oltre i limiti stabiliti dai Comuni, sono considerate nuove aperture e trattate, in funzione delle dimensioni, come apertura di una media o di una grande struttura di vendita.

Art. 10 - Medie strutture di vendita (art. 17 L.R. 1/2014)

1. Per le medie strutture di vendita, lo SIAD disciplina l'apertura, l'aggiunta e l'ampliamento merceologico o di superficie, il trasferimento ed ogni altra condizione non contemplata dalla presente legge.
2. Il Comune, ai sensi della legge 241/1990, adotta le norme sul procedimento concernente le domande relative alle medie strutture di vendita; stabilisce il termine non superiore ai sessanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande sono accolte se non è comunicato il provvedimento di diniego; il termine può essere incrementato fino a settantacinque giorni se è richiesto anche il permesso di costruire.
3. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di una media struttura di vendita fino ai limiti previsti all'articolo 4, comma 1, lettere c) e d), sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dallo SUAP competente per territorio, in relazione agli indirizzi e alle norme dello SIAD. Nella domanda, effettuata mediante l'apposita modulistica e corredata della documentazione prevista dall'allegato B della presente legge, l'interessato dichiara:
 - a) di possedere i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previsti all'articolo 7;
 - b) di aver rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
 - c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.
4. Le autorizzazioni all'apertura o all'ampliamento di una media struttura di vendita sono concesse, nel rispetto delle norme urbanistiche vigenti, se concorrono le seguenti condizioni:
 - a) accorpamenti o concentrazioni di più esercizi commerciali esistenti ed attivi in forma continuativa da almeno un triennio;
 - b) ciascun esercizio commerciale accorpato o concentrato è conteggiato per il valore di superficie di 250 metri quadrati, oppure per la superficie effettiva, se maggiore;
 - c) la somma delle superfici cessate è pari ad almeno il settanta per cento della superficie di vendita della nuova struttura o della superficie di ampliamento;
 - d) è garantita l'assunzione di nuovo personale;
 - e) è assunto l'impegno al reimpiego di personale già operante negli esercizi commerciali da accorpare o concentrare.
5. Fatta salva la compatibilità delle specifiche norme urbanistiche vigenti, è sempre dovuto l'ampliamento delle medie strutture esistenti ed attive in forma continuativa da almeno un triennio,

fino al limite massimo delle superfici rispettivamente previste all'articolo 4, comma 1, lettere c) e d).
6. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento dimensionale di una media struttura di vendita di cui ai commi 4 e 5 e l'aggiunta di un settore merceologico precedentemente non autorizzato senza ampliamento della superficie di vendita di una media struttura attiva da almeno un anno sono effettuati mediante la SCIA, anche in mancanza dello SIAD.
7. Le medie strutture di vendita garantiscono il pagamento con bancomat o con moneta elettronica a mezzo di POS.

Art. 11 - Caratteristiche qualitative delle grandi strutture di vendita (art. 18 L.R. 1/2014)

1. Le grandi strutture di vendita al dettaglio garantiscono al pubblico i servizi minimi di seguito indicati per ciascuna tipologia di struttura:

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

- 1) almeno un pubblico esercizio di somministrazione di bevande;
- 2) almeno un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti;
- 3) almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita, o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;
- 4) almeno due servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap;
- 5) servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica, a mezzo POS;
- 6) almeno un punto di accesso gratuito ad internet da parte della clientela.

b) Grande struttura di vendita G2 CI:

- 1) almeno un pubblico esercizio di somministrazione bevande;
- 2) almeno un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti;
- 3) almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita, o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;
- 4) almeno due servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap;
- 5) servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica, a mezzo POS;
- 6) almeno 4 attività artigianali;
- 7) rete wireless per l'accesso gratuito ad internet da parte della clientela.

c) Grande struttura di vendita G2 CS-G ACP:

- 1) spazio organizzato per l'intrattenimento dei bambini sotto sorveglianza;
- 2) almeno un pubblico esercizio di somministrazione alimenti;
- 3) almeno un pubblico esercizio di somministrazione bevande;
- 4) almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita, o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;
- 5) servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica, a mezzo POS;
- 6) almeno 4 attività artigianali;
- 7) agenzia di viaggi e turismo;
- 8) rete wireless per l'accesso gratuito ad internet da parte della clientela.

2. Le licenze e i permessi comunali, connessi ai servizi di cui al comma 1, sono rilasciati dai Comuni anche in deroga ad eventuali parametri programmatori comunali e regionali.

3. Le grandi strutture di vendita destinate al commercio di prodotti non alimentari possono vendere anche prodotti alimentari nella misura massima del dieci per cento della superficie di vendita autorizzata.

Art. 12 - Parametri di valutazione per l'insediamento delle grandi strutture di vendita (art. 19 L.R. 1/2014)

1. La compatibilità territoriale delle grandi strutture di vendita è soggetta ai parametri qualitativi di valutazione previsti dall'Allegato C e contenuti nella documentazione minima prodotta dai soggetti richiedenti:

- a) lo studio dell'impatto ambientale, asseverato da tecnico abilitato, contenente la descrizione delle misure previste per evitare, ridurre e possibilmente compensare gli impatti negativi rilevanti, nonché l'esposizione dei dati necessari per individuare e valutare i principali impatti sull'ambiente e sul patrimonio culturale che la struttura può produrre e delle misure previste per il monitoraggio; si intende positivamente riscontrato lo studio di impatto ambientale da cui risulta che l'intervento commerciale è compatibile con l'assetto ambientale oppure previe opportune prescrizioni;
- b) lo studio del traffico, contenente la descrizione dell'incidenza che il traffico della clientela dell'insediamento commerciale ha sul sistema viario e sulle ordinarie percorrenze veicolari del territorio; lo studio del traffico, asseverato da tecnico abilitato, corrisponde al riscontro del sistema viario esistente e di quello di progetto ricadente nel contesto dell'insediamento della grande struttura

di vendita;

c) il piano analitico di autonomo smaltimento dei rifiuti solidi urbani prodotti nel contesto della nuova struttura distributiva;

d) l'analisi delle ricadute occupazionali, dirette ed indirette, che la realizzazione della grande struttura di vendita apporta, nonché delle procedure predisposte per assicurare la necessaria trasparenza nella pubblicizzazione delle opportunità lavorative;

e) il piano di attuazione delle previsioni del Codice del consumo di cui al decreto legislativo 206/2005, contenente le modalità operative attraverso le quali la normativa è tradotta in servizio per il cliente;

f) il piano energetico che indica l'utilizzo delle fonti energetiche rinnovabili, a partire dal valore del trenta per cento al momento dell'apertura, intendendosi per nuovi edifici commerciali, gli edifici che sono realizzati completamente ex novo, non ricadendo in tale fattispecie gli ampliamenti dimensionali delle strutture commerciali o degli immobili esistenti e le ristrutturazioni edilizie, anche se effettuate con demolizione e ricostruzione; non sono comunque soggetti a tale disposizione di promozione delle fonti energetiche rinnovabili i nuovi edifici realizzati nelle zone territoriali omogenee A, B e C.

Art. 13 - Autorizzazioni per grandi strutture di vendita (art. 20 L.R. 1/2014)

1. Il rilascio dell'autorizzazione per una grande struttura di vendita è subordinato all'osservanza:

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

b) dei requisiti comunali e regionali di compatibilità territoriale dell'insediamento;

c) della superficie di vendita massima autorizzabile;

d) della necessaria disponibilità di superficie per parcheggi;

e) della previsione delle caratteristiche qualitative minime stabilite per la specifica tipologia di grande struttura di vendita;

f) del positivo riscontro dei parametri di valutazione per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita di cui all'Allegato C;

g) della funzione di vetrina delle produzioni tipiche locali come artigianato, industria manifatturiera, prodotti agroalimentari;

h) in caso di imprese o gruppo di imprese, già presenti e non nel territorio regionale, che hanno dipendenti collocati in ammortizzatori sociali, l'autorizzazione può essere rilasciata anche a seguito di assunzione di impegno formale alla ripresa occupazionale dei suddetti lavoratori.

2. Sono valutate come nuove aperture di grandi strutture di vendita, da esaminare in Conferenza dei servizi:

a) l'ampliamento dimensionale di un'esistente media struttura di vendita oltre i valori massimi di superficie previsti per le medie strutture;

b) la trasformazione di un esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti in una grande struttura di vendita;

c) la trasformazione di una grande struttura di vendita di tipologia G1 in una grande struttura di vendita di tipologia G2;

d) l'ampliamento dimensionale di una grande struttura di vendita di oltre il venti per cento della superficie di vendita precedentemente autorizzata;

e) l'aggiunta merceologica di un settore merceologico precedentemente non autorizzato, salvi i casi in cui la superficie di vendita del settore merceologico in aggiunta non è superiore al venti per cento del totale della superficie di vendita;

f) l'accorpamento di due o più esercizi commerciali che comporta la realizzazione di una struttura con superficie di vendita maggiore del valore massimo previsto per le medie strutture di vendita;

g) la rilocalizzazione in un Comune diverso da quello in cui era autorizzata la struttura.

3. Le domande di autorizzazione per le grandi strutture di vendita che non ricadono nell'elenco di cui al comma 2 sono esaminate esclusivamente dallo SUAP competente per territorio, nel rispetto dello SIAD e delle prescrizioni previste dalla presente legge.

4. La rilocalizzazione di una grande struttura di vendita è ammessa nell'intero territorio regionale in conformità con le scelte di localizzazione per le grandi strutture previste nello SIAD del Comune di insediamento ed è subordinata all'autorizzazione comunale, previa valutazione da parte della competente Conferenza dei servizi esclusivamente dell'impatto sull'ambiente e sul traffico nel territorio in cui si rilocalizza, nel rispetto delle normative edilizie vigenti.

5. L'autorizzazione all'ampliamento di una grande struttura di vendita è sempre concessa, nel rispetto delle scelte di localizzazione dello SIAD, ed è effettuata a mezzo della SCIA, se concorrono le seguenti condizioni:

a) accorpamenti o concentrazioni di più esercizi commerciali esistenti ed attivi in forma continuativa da almeno un triennio;

- b) ciascun esercizio commerciale accorpato o concentrato è conteggiato per il valore di superficie di 250 metri quadrati, oppure per la superficie effettiva, se maggiore;
- c) la somma delle superfici cessate è pari ad almeno il settanta per cento della superficie di vendita della nuova struttura o della superficie di ampliamento;
- d) è garantita l'assunzione di nuovo personale o il recupero di personale proveniente dal bacino dei lavoratori del settore commerciale collocato in ammortizzatore sociale o espulso dal ciclo lavorativo, anche attraverso un'apposita banca dati, da costituire utilizzando strumenti regionali, nonché con la Giunta Regionale della Campania collaborazione degli enti bilaterali di settore costituiti dalle associazioni datoriali e dalle organizzazioni sindacali di categoria maggiormente rappresentative;
- e) è assunto l'impegno al reimpiego di personale già operante negli esercizi commerciali da accorpare o da concentrare.
6. Sono da considerarsi fattori di eventuale premialità al rilascio delle autorizzazioni di cui al comma 1:
- a) l'impegno da parte del titolare delle grandi strutture di vendita, al commercio di prodotti alimentari di origine regionale provenienti da agricoltura biologica certificata, in ragione di almeno il cinque per cento del totale dei prodotti alimentari venduti;
- b) l'impegno da parte del titolare delle grandi strutture extralimentari, al commercio di prodotti extralimentari provenienti dal sistema produttivo della Regione Campania, in ragione di almeno il cinque per cento degli articoli extralimentari venduti;
- c) l'impegno, in caso di vendita di giornali quotidiani, riviste, periodici e libri, di attrezzare spazi o locali idonei alla piena fruibilità per i clienti consumatori sotto il profilo funzionale e igienico-sanitario.
7. Gli outlet ed i factory outlet center sono autorizzati secondo le modalità dei centri commerciali di dimensione corrispondente.

Art. 14 - Procedure per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita (art. 21 L.R. 1/2014)

1. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di una grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dallo SUAP competente.
2. La presentazione delle domande di rilascio di autorizzazioni per nuove aperture di grandi strutture di vendita e centri commerciali del settore merceologico alimentare e non alimentare di cui alla presente legge regionale è sospesa fino all'approvazione da parte del Consiglio regionale della delibera di Giunta regionale n. 543 del 9 ottobre 2012 avente ad oggetto il progetto di legge (Testo Unico delle leggi regionali in materia di sviluppo del sistema produttivo) e comunque non oltre il 31 marzo 2014.
3. La domanda di apertura di una grande struttura di vendita è presentata allo SUAP secondo le modalità previste dal decreto del Presidente della Repubblica 160/2010, mediante l'apposita modulistica corredata dalla documentazione necessaria per la valutazione di cui all'Allegato B e dalla copia del titolo, rappresentato dal diritto reale o rapporto giuridico obbligatorio, relativo all'immobile sede dell'attività commerciale, che legittima il richiedente alla richiesta di autorizzazione.
4. La domanda di rilascio dell'autorizzazione è esaminata dalla Conferenza dei servizi, indetta dallo SUAP, composta da tre membri, rappresentanti rispettivamente la Regione, la Provincia e il Comune.
5. La Conferenza dei servizi decide sulla conformità dell'insediamento ai criteri per il rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita della presente legge.
6. Le domande da sottoporre all'esame della Conferenza dei servizi sono costituite esclusivamente da quelle che rientrano nelle scelte di localizzazione urbanisticamente compatibili come fissate dagli strumenti comunali d'intervento per l'apparato distributivo. Le domande non conformi a quanto previsto nel presente comma sono respinte.
7. Il soggetto richiedente invia contestualmente copia della domanda, corredata dalla medesima documentazione, all'ufficio regionale competente della Giunta regionale.
8. Il responsabile comunale del procedimento verifica la sussistenza dei requisiti minimi fissati dalla presente legge e, in caso di insussistenza degli stessi requisiti, dichiara l'inammissibilità della domanda e ne dà comunicazione alla Provincia ed alla Regione, entro e non oltre trenta giorni dalla data di protocollo dell'istanza. Per l'acquisizione di informazioni o di certificazioni relative a fatti, stati o qualità non attestati in documenti già in possesso dell'amministrazione stessa o non direttamente acquisibili presso altre pubbliche amministrazioni, il responsabile comunale del procedimento richiede, per una sola volta, all'interessato le necessarie integrazioni, con sospensione dei tempi del procedimento. Tali integrazioni sono fornite entro trenta giorni dalla data di richiesta, pena l'archiviazione dell'istanza.
9. Il Comune, nel termine perentorio di trenta giorni dal ricevimento della domanda, provvede all'istruttoria di propria competenza, integra la documentazione allegata e trasmette all'Ufficio regionale competente e alla Provincia la copia dell'intera documentazione pervenuta e la relazione istruttoria che attesta la conformità dell'iniziativa proposta alle prescrizioni di localizzazione fissate

dallo SIAD ed ai parametri ed ai requisiti previsti dalla presente legge.

10. Il Comune, d'intesa con la Regione e la Provincia, indice la Conferenza dei servizi e ne fissa lo svolgimento non oltre i sessanta giorni decorrenti dalla data di invio alla Regione della documentazione a corredo dell'istanza. A tutela del richiedente, decorso inutilmente il termine di sessanta giorni dalla data di ricezione da parte della Regione di copia della domanda, l'Ente regionale, previo sollecito del soggetto richiedente l'autorizzazione, convoca la Conferenza dei servizi entro i successivi quindici giorni dall'avvenuto sollecito.

11. Le deliberazioni della Conferenza dei Servizi sono adottate a maggioranza dei componenti entro novanta giorni dalla convocazione, fatto salvo il parere favorevole del rappresentante della Regione.

12. La data di indizione della Conferenza dei servizi è comunicata, contestualmente, ai Comuni limitrofi e alle organizzazioni dei consumatori e delle imprese più rappresentative in relazione al bacino di utenza dell'insediamento interessato, per la partecipazione a titolo consultivo alle riunioni della Conferenza dei servizi svolte in seduta pubblica.

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

14. Decorsi centoventi giorni dalla data di indizione della Conferenza dei servizi, ed in assenza della comunicazione del provvedimento di diniego, la domanda si intende accolta se contenente le indicazioni previste e se debitamente corredata, dall'istante, dagli allegati di sua spettanza.

15. La favorevole determinazione conclusiva della Conferenza di servizi decade decorsi quattro anni dalla data del relativo verbale se l'autorizzazione non è stata rilasciata per inerzia del soggetto richiedente.

16. L'autorizzazione per l'apertura delle grandi strutture di vendita e gli atti comunali ad essa inerenti sono dotati del visto di regolarità dell'ufficio regionale competente della Giunta regionale che attesta la conformità a quanto deliberato in Conferenza dei servizi, pena la mancata efficacia dei medesimi titoli amministrativi.

Art. 15 - Aree di parcheggio degli esercizi commerciali (art. 22 L.R. 1/2014)

1. Gli esercizi commerciali rispettano la dotazione di parcheggio prevista nell'Allegato A1.

2. L'adeguamento ai parametri di parcheggio è richiesto in caso di rilascio di nuova autorizzazione o di ampliamento della superficie di vendita.

3. Nel caso di aggiunta del settore merceologico alimentare, la superficie di parcheggio è quella risultante dal prodotto del parametro relativo al settore alimentare di cui all'Allegato A1 per la superficie di vendita dell'esercizio commerciale.

4. Nei casi di ampliamento della superficie di vendita di una struttura preesistente, la superficie di parcheggio è pari al prodotto del parametro fissato dall'Allegato A1 per la superficie di vendita globale comprensiva dell'area di ampliamento.

5. L'adeguamento di cui al comma 2 non è previsto per il trasferimento, per le nuove aperture e per gli ampliamenti che non superano il limite di soglia delle medie strutture di vendita attuati a mezzo di concentrazioni od accorpamenti di esercizi commerciali esistenti da almeno cinque anni, fatta salva diversa disposizione comunale.

6. Le aree di parcheggio sono realizzate secondo le seguenti prescrizioni:

a) diretta contiguità fisica e funzionale con le relative strutture commerciali; in caso d'impossibilità, la distanza tra l'area di parcheggio e la struttura commerciale, misurata dai punti più vicini, non deve superare i trecento metri. Le aree di parcheggio sono rese disponibili anche a mezzo della costituzione di apposito diritto di uso delle medesime aree per tutta la durata di attività dell'esercizio commerciale.

I Comuni prevedono per le medie strutture il rispetto della dotazione delle aree a parcheggio tramite la stipula di apposita convezione avente ad oggetto la costituzione del diritto di superficie sull'area pubblica contigua alla struttura, previa idonea procedura ad evidenza pubblica tramite bando;

b) rimozione delle barriere architettoniche per gli utenti fisicamente impediti;

c) chiara segnalazione del percorso di accesso al parcheggio e di immissione nella viabilità;

d) separazione tra l'entrata e l'uscita del parcheggio, anche mediante barriere fisse o mobili;

e) raccordo fra parcheggio e viabilità principale costituito, preferibilmente, da due varchi a senso unico opportunamente distanziati o separati;

f) installazione di una o più isole per i rifiuti delle specie per le quali viene effettuata, da parte del Comune o di altri enti, la raccolta differenziata dei rifiuti;

g) attenuazione dell'inquinamento visivo delle aree di sosta di veicoli che, se eccedono la superficie di metri quadrati cinquemila, devono essere intervallate da fasce alberate, costituite da specie climatiche mediterranee, per una superficie non inferiore al cinque per cento dell'area di sosta della clientela;

h) apertura delle aree destinate al parcheggio per l'intera fascia oraria di attività dell'esercizio commerciale cui sono legati da vincolo pertinenziale;

i) possibilità di uso del parcheggio da parte del Comune, nei periodi di chiusura dei relativi esercizi commerciali, per spettacoli, manifestazioni, fiere ed eventualmente per esperienze di commercio su aree pubbliche.

7. Le aree di parcheggio sono computate come insieme dei posti auto e della viabilità di servizio, ad esclusione delle strutture viarie di raccordo con la viabilità di comunicazione. La dotazione di aree di parcheggio sono computate come insieme dei posti auto e della viabilità di servizio, ad esclusione delle strutture viarie di raccordo con la viabilità di comunicazione. La dotazione di aree di parcheggio di cui ai parametri di parcheggio dell'Allegato A1 soddisfa anche gli standard richiesti da altre norme urbanistiche.

Art. 16 - Aree destinate ad uso pubblico ed a movimentazione delle merci (art. 23 L.R. 1/2014)

1. Gli esercizi commerciali rispettano la dotazione di aree destinate all'uso pubblico ed alla movimentazione delle merci secondo le misure dell'Allegato A2. L'adeguamento è richiesto in caso di rilascio di nuova autorizzazione o di ampliamento della superficie di vendita.

2. Nel caso di aggiunta del settore merceologico alimentare, la superficie di detti spazi è quella risultante dal prodotto del parametro relativo al settore alimentare di cui all'Allegato A2 per la superficie di vendita dell'esercizio commerciale.

3. Nei casi di ampliamento della superficie di vendita di una struttura preesistente, la superficie di tali spazi è pari al prodotto del parametro fissato dall'Allegato A2 per la superficie di vendita globale, comprensiva dell'area di ampliamento.

4. L'adeguamento di cui al comma 2 non è previsto per il trasferimento, per le nuove aperture e per gli ampliamenti che non superano il limite di soglia delle medie strutture di vendita, attuati a mezzo di concentrazioni o accorpamenti di esercizi commerciali esistenti da almeno cinque anni, fatta salva diversa disposizione comunale.

5. Gli spazi ad uso pubblico sono costituiti per almeno il cinquanta per cento da aree sistemate a verde: essenze arboree o prato ad andamento non pianeggiante. E' necessaria inoltre, la presenza di panchine ed spazi per la sosta dei pedoni e di attrezzature per il gioco dei bambini.

Art. 17 - Orari di vendita (art. 24 L.R. 1/2014)

1. Gli orari e le giornate di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio sono rimessi alla libera determinazione degli esercenti, nel rispetto delle disposizioni del presente articolo.

2. In conformità con gli imperativi motivi di interesse generale di tutelare i diritti dei lavoratori e di incrementare i livelli occupazionali, è stabilito che per le medie e grandi strutture almeno il venti per cento del totale delle ore lavorative effettuate nei giorni festivi è svolto non facendo ricorso al lavoro straordinario degli addetti già impiegati nel corso dei giorni feriali e ricorrendo a nuova occupazione o al turnover dei dipendenti.

3. L'esercente è tenuto a rendere noto al pubblico l'orario di effettiva apertura e di chiusura del proprio esercizio mediante cartelli o altri mezzi idonei di informazione, consultabili anche nel corso dell'orario di chiusura dell'attività.

Art. 18 - Vendite straordinarie (art. 25 L.R. 1/2014)

1. Per vendite straordinarie si intendono le vendite sottocosto, le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione, le vendite promozionali nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive di acquisto dei propri prodotti.

2. Per vendita sottocosto si intende la vendita straordinaria di uno o più prodotti effettuata ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorato dell'imposta sul valore aggiunto e di ogni altra imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto, se documentati.

3. E' vietata la vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che, da solo o congiuntamente a quelli dello stesso gruppo di cui fa parte, detiene una quota superiore al cinquanta per cento della superficie di vendita complessiva esistente nel territorio della provincia dove ha sede l'esercizio, con riferimento al settore merceologico di appartenenza, intendendosi per gruppo una pluralità di imprese commerciali controllate da una società o collegate, ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, oppure all'interno della quale vi sia comunque la possibilità di stabilire politiche comuni di prezzo.

4. La vendita sottocosto è comunicata al Comune dove è ubicato l'esercizio almeno dieci giorni prima dell'inizio ed è effettuata soltanto tre volte nel corso dell'anno; ogni vendita sottocosto non può avere una durata superiore a dieci giorni ed il numero delle referenze oggetto di ciascuna vendita sottocosto non può essere superiore a cinquanta. La comunicazione è effettuata soltanto con modalità che ne attestano l'avvenuta ricezione da parte dell'ente, come lettera a mano, raccomandata assicurata o posta

elettronica certificata.

5. Non può essere effettuata una nuova vendita sottocosto se non è decorso almeno un periodo pari a venti giorni dalla precedente vendita, salvo che per la prima vendita sottocosto dell'anno. In applicazione del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74 (Attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in materia di pubblicità ingannevole e comparativa) indipendentemente dall'effettiva esecuzione della vendita sottocosto, sono vietati gli annunci e i messaggi pubblicitari, effettuati con qualsiasi mezzo, relativi ad operazioni di vendita sottocosto non consentite.

6. Ai fini dell'individuazione di una vendita sottocosto, per prezzo di vendita al pubblico di un prodotto si intende il prezzo effettivamente praticato ai consumatori alle casse. Sono considerate ingannevoli, ai sensi del decreto legislativo 74/1992, le comunicazioni di cui al comma 13 nel caso di vendita non effettivamente effettuata sottocosto.

7. Le disposizioni per le vendite sottocosto non si applicano agli esercenti il commercio sulle aree pubbliche e nei mercati su area privata, alle vendite promozionali non effettuate sottocosto e alle vendite di liquidazione e di fine stagione, nonché alle vendite disposte dall'autorità giudiziaria nell'ambito di una procedura di esecuzione forzata o fallimentare.

8. E' comunque consentito effettuare la vendita sottocosto:

a) dei prodotti alimentari freschi e deperibili;

b) dei prodotti alimentari se mancano meno di tre giorni alla data di scadenza o meno di quindici giorni alla data del termine minimo di conservazione, nel rispetto delle disposizioni del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109 (Attuazione delle direttive n. 89/395/CEE e n.89/396/CEE concernenti l'etichettatura, la presentazione e la pubblicità dei prodotti alimentari);

c) dei prodotti tipici delle festività tradizionali se è trascorsa la ricorrenza o la data della loro celebrazione;

d) dei prodotti il cui valore commerciale è significativamente diminuito a causa di modifiche della tecnologia utilizzata per la loro produzione o di sostanziali innovazioni tecnologiche apportate agli stessi prodotti, oppure a causa dell'introduzione di nuove normative relative alla loro produzione o commercializzazione;

e) dei prodotti non alimentari difettati, dei quali è lecita la vendita e garantita la sicurezza secondo la vigente disciplina, o che hanno subito un parziale deterioramento imputabile a terzi, oppure ad agenti naturali o a fatti accidentali nonché di quelli usati per dimostrazioni, mostre, fiere o prove o che, comunque, sono stati concretamente utilizzati prima della vendita.

9. E' inoltre consentito effettuare la vendita sottocosto in caso di ricorrenza dell'apertura dell'esercizio commerciale o della partecipazione al gruppo del quale l'esercizio fa parte, con cadenza almeno quinquennale di apertura di un nuovo esercizio commerciale, di avvenuta ristrutturazione totale dei locali anche se si è proceduto, prima della ristrutturazione, alla vendita di liquidazione o di modifica e integrazione dell'insegna tali da incidere sul carattere individuante della stessa.

10. Le vendite sottocosto di cui ai commi 8 e 9 non sono soggette alla comunicazione prevista nel comma 4.

11. Per la garanzia della tutela e della corretta informazione del consumatore, le vendite sottocosto sono effettuate nel rispetto delle seguenti condizioni:

a) specifica comunicazione, anche nel caso di messaggi pubblicitari all'esterno o all'interno del locale, recante l'indicazione chiara ed inequivocabile dei prodotti, del quantitativo disponibile per ciascuna referenza e del periodo temporale della vendita, nonché delle relative circostanze nel caso dei prodotti di cui al comma 8, lettere d) ed e);

b) inequivocabile identificazione dei prodotti in vendita sottocosto all'interno dell'esercizio commerciale.

12. Se non è possibile rispettare, per l'intero 12. Se non è possibile rispettare, per l'intero periodo preannunciato, le condizioni di cui al comma 11, lettera a), è immediatamente resa pubblica la fine anticipata dell'offerta con i medesimi mezzi di comunicazione.

13. Resta ferma la competenza dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ad intervenire ai sensi del decreto legislativo 74/1992 e, nel caso di vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che abusa di posizione dominante, ai sensi dell'articolo 3 della legge 10 ottobre 1990, n. 287 (Norme per la tutela della concorrenza e del mercato).

14. Resta ferma inoltre, la competenza del giudice ordinario, nel caso di vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che compie atti di concorrenza sleale rientranti nelle ipotesi di cui all'articolo 2598, comma 1, numero 3), del codice civile.

15. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali, per un periodo non

eccedente le sei settimane, elevato a tredici settimane nei casi di cessione, trasferimento, cessazione o chiusura dell'azienda, previa comunicazione al Comune dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti.

16. L'interessato, almeno quindici giorni prima dell'inizio della vendita, comunica i motivi, la data d'inizio e la durata della vendita di liquidazione al Comune che, dopo la conclusione delle vendite, verifica la realizzazione di quanto dichiarato dall'interessato.

17. Le vendite di fine stagione relative ai prodotti di carattere stagionale o di moda che sono suscettibili di notevole deprezzamento se non sono venduti entro un certo periodo di tempo, sono effettuate, per un periodo massimo di sessanta giorni, a partire dal 2 luglio per quanto riguarda quelle del periodo estivo, e dal 2 gennaio per quanto riguarda quelle del periodo invernale.

18. L'attività di vendita di fine stagione deve essere resa nota alla clientela tramite gli opportuni mezzi di informazione e senza necessità di alcuna comunicazione al Comune sede dell'esercizio commerciale.

19. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente per tutti o una parte dei prodotti merceologici, per tutti i periodi dell'anno e senza limitazioni di tempo con il solo obbligo di adeguata informativa al pubblico.

20. Nelle vendite straordinarie le merci sono esposte con l'indicazione del prezzo praticato prima della vendita straordinaria e del nuovo prezzo con il relativo sconto o ribasso effettuato espresso in percentuale.

Art. 19 - Spacci interni (art. 50 L.R. 1/2014)

1. La vendita di prodotti a favore di dipendenti di enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi è soggetta alla SCIA di cui all'articolo 3, comma 1, lettera t) da presentare allo SUAP competente per territorio ed è effettuata in locali non aperti al pubblico e con accesso non dalla pubblica via. L'attività inizia contestualmente al ricevimento di detta segnalazione.

2. Nella segnalazione è dichiarata la sussistenza dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previsti dall'articolo 7, la persona preposta alla gestione dello spaccio, il rispetto delle norme in materia di idoneità dei locali, il settore merceologico, l'ubicazione e la superficie di vendita.

Art. 20 - Apparecchi automatici (art. 51 L.R. 1/2014)

1. La vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici è soggetta alla SCIA, di cui all'articolo 3, comma 1, lettera t) da presentare allo SUAP di cui all'articolo 3 comma 1, lettera s), competente per territorio. L'attività inizia contestualmente al ricevimento della segnalazione.

2. Nella segnalazione è dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7, il settore merceologico e l'ubicazione, nonché, se l'apparecchio automatico è installato nelle aree pubbliche, l'osservanza delle norme sull'occupazione del suolo pubblico.

3. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo è soggetta alle disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita.

Art. 21 - Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione (art. 52 L.R. 1/2014)

1. La vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione è soggetta alla SCIA ai sensi dell'articolo 19 della legge 241/1990 da presentare allo SUAP del Comune nel quale l'esercente ha la residenza se persona fisica, o la sede legale se persona giuridica. L'attività inizia contestualmente al ricevimento della comunicazione.

2. E' vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta. E' consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi senza spese o vincoli per il consumatore.

3. Nella segnalazione di cui al comma 1 è dichiarata la tipologia del settore merceologico e la sussistenza del possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

4. Se le operazioni di vendita sono effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva accerta, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attività è in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

5. Durante la trasmissione sono 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.

Agli organi di vigilanza è consentito il libero accesso al locale, sede del venditore.

6. Sono vietate le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione.

Art. 22 - Vendite effettuate presso il domicilio del consumatore (art. 53 L.R. 1/2014)

1. La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori è soggetta alla SCIA ai sensi dell'articolo 19 della legge 241/1990, da presentare allo SUAP del Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale se persona giuridica. L'attività può essere iniziata contestualmente al ricevimento della comunicazione.
2. Nella segnalazione è dichiarata la tipologia del settore merceologico e la sussistenza dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.
3. Il soggetto di cui al comma 1 che intende avvalersi per l'esercizio dell'attività di incaricati comunica l'elenco all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attività dei medesimi. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.
4. L'impresa di cui al comma 1, rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate e lo ritira quando perdono i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7. Il tesserino di riconoscimento è numerato e aggiornato annualmente, contiene le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, del nome e della firma del responsabile dell'impresa ed è esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.
5. Le disposizioni per gli incaricati di cui al comma 4 sono applicate anche per la vendita a domicilio del consumatore effettuata dal commerciante su aree pubbliche in forma itinerante, di cui all'articolo 31, comma 1, lettera b).
6. Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 4 è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua la vendita.

Art. 23 - Commercio all'ingrosso (art. 56 L.R. 1/2014)

1. L'esercente del commercio all'ingrosso non può vendere ai clienti prodotti che non sono oggetto della loro attività o che non servono al funzionamento della loro impresa, con l'obbligo di rendere edotta la clientela di tale normativa e di esercitare il necessario controllo.
2. L'esercizio dell'attività di commercio all'ingrosso, compreso quello relativo ai prodotti ortofrutticoli, carni ed ittici, è subordinato al possesso dei requisiti di cui all'articolo 71 del decreto legislativo 59/2010.
3. Nel caso di esercizio promiscuo negli stessi locali delle attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio, l'intera superficie di vendita è presa in considerazione ai fini dell'applicazione di entrambe le discipline autorizzatorie per le due tipologie di attività.
4. La prescrizione di cui al comma 3, non si applica per la vendita, in maniera esclusiva o prevalente, dei seguenti prodotti: macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, il commercio, l'industria e l'artigianato; materiale elettrico; colori o vernici, carte da parati; articoli per impianti idraulici a gas ed igienici; articoli per riscaldamento; strumenti scientifici e di misura; macchine per ufficio; auto, moto, cicli e relativi accessori e parti di ricambio; combustibili; materiale per l'edilizia; legnami, mobili e ferramenta per l'artigianato e per la piccola impresa. In tali fattispecie di esercizi, l'attività di vendita al dettaglio non separata fisicamente e merceologicamente da quella all'ingrosso, è disciplinata mediante il rilascio di un'autorizzazione all'apertura di una media struttura non alimentare, la cui superficie di vendita è computata nella misura di un terzo della superficie complessiva dell'esercizio, al netto dei depositi, degli uffici, dei collegamenti verticali e dei locali tecnici e, comunque, nel limite massimo previsto dall'articolo 3, comma 1, lettera z), se la superficie complessiva non è superiore a 9.000,00 metri quadrati.

NORME FINALI

Art. 24 - Sanzioni (art. 57 L.R. 1/2014)

1. Le sanzioni amministrative sono applicate dal Comune dove si è verificata l'infrazione secondo quanto previsto dal presente articolo. Il Comune è l'autorità competente all'accertamento, alla riscossione ed ai relativi introiti di tutte le sanzioni pecuniarie previste dal presente articolo, anche se derivanti da pagamenti in misura ridotta o da ordinanze ingiuntive di pagamento.
2. L'apertura di esercizi commerciali in assenza del prescritto titolo abilitativo, nonché l'assenza o la perdita dei necessari requisiti morali o professionali comportano per il Comune l'obbligo di disporre, previa contestazione, l'immediata chiusura oppure la cessazione dell'attività e, dove rilasciata, il ritiro dell'autorizzazione, nonché l'applicazione della sanzione pecuniaria da euro 2.500,00 a euro 15.000,00.
3. L'ampliamento dimensionale o merceologico, il trasferimento di sede degli esercizi commerciali in assenza del prescritto titolo abilitativo, la violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria sono puniti con le sanzioni previste dal comma 2.
4. L'inosservanza della disciplina delle vendite straordinarie di cui dall'articolo 25, oltre alle sanzioni

specifiche previste dalla normativa nazionale ed internazionale, è punita con la sanzione pecuniaria da euro 500,00 a euro 3.000,00.

5. Il sub ingresso, in assenza del prescritto titolo abilitativo, è punito con la sanzione pecuniaria da euro 500,00 a euro 3.000,00.

6. L'esercizio dell'attività commerciale in forma di outlet in assenza dei requisiti di cui all'articolo 3, comma 1, lettera o), è punito con la sanzione pecuniaria prevista dal comma 2.

7. Per le medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita e gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, nonché per i mercati su area privata, l'autorizzazione o la SCIA, se prevista, sono dichiarate decadute se l'attività non inizia entro dodici mesi dalla data rispettivamente di rilascio o di ricezione presso lo SUAP per le strutture medie. Il termine è di ventiquattro mesi per le grandi strutture di vendita e gli esercizi speciali per la vendita di beni ingombranti. I suddetti termini decadenziali possono essere eccezionalmente prorogati in caso di comprovata necessità. Se con l'autorizzazione commerciale sono state autorizzate anche opere edilizie necessarie per l'apertura della media struttura di vendita, la data per l'inizio dell'attività decorre dal giorno di scadenza di cui all'articolo 15 del decreto del Presidente della Repubblica 6 giugno 2001, n. 380 (Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia edilizia).

8. Il termine per l'apertura di una media struttura o di grande struttura di vendita o di un esercizio speciale per merci ingombranti è prorogato al massimo per dodici mesi con provvedimento dello SUAP competente, in caso di comprovata necessità, previa istanza del titolare da presentarsi almeno venti giorni prima della scadenza del titolo amministrativo per l'apertura. Decorso inutilmente il termine di trenta giorni dalla data di protocollo dell'istanza senza che è stato comunicato all'interessato l'eventuale provvedimento di diniego della stessa, il silenzio dell'amministrazione competente equivale a provvedimento di accoglimento della domanda, senza necessità di ulteriori istanze o diffide.

9. Il titolo amministrativo per l'apertura di un esercizio commerciale è revocato, inoltre, se il titolare sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno, salvo che la sospensione dipende da cause non imputabili al titolare.

10. Il dirigente dello SUAP ordina la chiusura di un esercizio commerciale nel caso di sospensione dell'attività per un periodo superiore ad un anno.

11. L'autorizzazione all'esercizio del commercio su aree pubbliche è revocata:

a) nel caso in cui il titolare non inizia l'attività entro sei mesi dalla data dell'avvenuto rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità;

b) nel caso di decadenza dalla concessione del posteggio per mancato utilizzo del medesimo in ciascun anno solare per periodi di tempo complessivamente superiori a quattro mesi oppure superiori ad un terzo del periodo di operatività del mercato dove questo sia inferiore all'anno solare, salvo il caso di assenza per malattia, gravidanza o servizio militare;

c) nel caso in cui il titolare non risulta più provvisto dei requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'articolo 7.

12. L'esercizio del commercio su aree pubbliche in assenza del prescritto titolo abilitativo nonché l'assenza o la perdita dei necessari requisiti morali o professionali comportano per il Comune l'obbligo di disporre, previa contestazione, l'immediata cessazione dell'attività, nonché l'applicazione della sanzione pecuniaria da euro 2.500,00 a euro 15.000,00, oltre alla confisca delle attrezzature e della merce.

13. Le sanzioni previste sulla denominazione di outlet, al di fuori dei casi previsti nella definizione di cui all'articolo 3, sono di euro 6.000,00 fino ad euro 30.000,00 con sospensione dell'attività di vendita per un massimo di trenta giorni, in caso di reiterazione.

Art. 25- ENTRATA IN VIGORE

Il presente Regolamento entra in vigore dalla data di esecutività della Delibera Consiliare di approvazione. Il presente Regolamento abroga ogni precedente disposizione Regolamentare in materia. Per tutto quanto non espressamente previsto nel presente Regolamento si rinvia alla Legislazione statale e regionale in materia vigente nel tempo.

ALLEGATO A1

Dotazione delle aree destinate a parcheggio:

a) Per quanto riguarda le medie e le grandi strutture di vendita, la dotazione minima di aree destinate a parcheggio è pari al prodotto della superficie di vendita per il corrispondente coefficiente di seguito stabilito.

Per quanto riguarda gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, la dotazione minima di aree destinate a parcheggio è pari al prodotto della superficie lorda per il corrispondente coefficiente di seguito stabilito:

Tipologia dell'esercizio	Coefficiente
M A/M	1,5
ME	1,0
G1A/M	2,5
G1E	2,0
G2CQ	2,0
G2CI	2,5
G2CS	3,0
G APC	1,5
EMI	1,5
MAP	1,0

b) Per quanto riguarda i parchi commerciali, la dotazione di parcheggio delle medie e grandi strutture di vendita ivi presenti è incrementata del venticinque per cento rispetto ai relativi parametri di cui sopra, in rapporto anche alla destinazione merceologica. Per quanto riguarda gli esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 25.000 metri quadrati, il parametro di parcheggio è incrementato del trenta per cento.

Allegato A2

Dotazione delle aree ad uso pubblico (di cui almeno il cinquanta per cento destinato a verde) e delle aree per la movimentazione delle merci:

a) Per quanto riguarda le medie e le grandi strutture di vendita, la dotazione delle aree destinate ad uso

pubblico e delle aree per la movimentazione delle merci è pari al prodotto della superficie di vendita per

il corrispondente coefficiente di seguito stabilito.

Per quanto riguarda gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, la dotazione delle aree destinate ad uso pubblico e delle aree per la movimentazione delle merci è pari al prodotto della superficie lorda per il corrispondente coefficiente di seguito stabilito

Tipologia dell'esercizio	Area ad uso Pubblico Coefficiente	Area per movimentazione merci Coefficiente
MA/M - ME	0,03	0,03
GSV	0,05	0,05
EMI	0,03	0,05

b) Per quanto riguarda i parchi commerciali, la dotazione di parcheggio delle medie e grandi strutture di vendita ivi presenti è incrementata del venticinque per cento rispetto ai relativi parametri di cui sopra, in rapporto anche alla destinazione merceologica. Per quanto riguarda gli esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 25.000 metri quadrati, il parametro di parcheggio è incrementato del trenta per cento.

ALLEGATO A3

Documentazione minima da produrre per la richiesta di autorizzazione per i mercati su area privata:

1. Relazione illustrativa sulle caratteristiche del soggetto richiedente.
2. Relazione illustrativa sull'iniziativa che si intende realizzare, anche con riferimento agli aspetti organizzativo-gestionali.
3. Pianta dei posteggi, dei parcheggi ad uso della clientela e delle destinazioni d'uso delle aree.
4. Piano di smaltimento dei rifiuti solidi urbani.
5. Studio dell'impatto dell'intervento sul traffico.
6. Piano di attuazione del codice del consumo.
7. Impegno al commercio dei prodotti alimentari provenienti da agricoltura biologica certificata della Regione Campania, per almeno il due per cento del totale dei prodotti alimentari venduti.

ALLEGATO B

Documentazione minima da produrre per la richiesta dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita, le grandi strutture di vendita e gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti:

1. Relazione illustrativa sulle caratteristiche del soggetto richiedente;
2. Relazione illustrativa sull'iniziativa che si intende realizzare anche con riferimento agli aspetti organizzativo-gestionali;
3. Studio sulla presumibile area di attrazione commerciale e sulla funzione che l'insediamento intende svolgere nel contesto socio economico dell'area;
4. Studio sull'impatto della struttura sull'apparato distributivo dell'area di attrazione commerciale (*);
5. Progetto edilizio, comprendente pianta e sezioni nonché destinazioni d'uso di aree e locali;
6. Piano finanziario complessivo articolato per fasi temporali di realizzazione nonché di gestione (tre anni);
7. Studio dell'impatto ambientale (*);
8. Studio dell'impatto dell'intervento sul traffico;
9. Piano di smaltimento dei rifiuti solidi urbani prodotti dalla struttura; (*)
10. Piano di massima dell'occupazione prevista, articolato per funzioni aziendali e fasi temporali, con indicazione di iniziative ed esigenze di formazione/riqualificazione degli addetti e dei quadri direttivi ed intermedi, nonché del piano di pubblicizzazione delle ricadute occupazionali dell'intervento;
11. Relazione sulle modalità di gestione della funzione acquisti e della logistica con indicazione dei prodotti che si intende acquisire dalla realtà produttiva regionale e delle eventuali esigenze di promozione pubblica per la migliore valorizzazione dei prodotti regionali sui mercati locali;
12. Piano di utilizzazione delle fonti energetiche rinnovabili per i nuovi edifici commerciali;
13. Piano di attuazione del codice del consumo;
14. Impegno al commercio di prodotti alimentari provenienti da agricoltura biologica certificata della Regione Campania, per almeno il cinque per cento del totale dei prodotti alimentari venduti; (**)
15. Impegno al commercio di prodotti extralimentari provenienti dal sistema produttivo della Regione Campania, per almeno il cinque per cento degli articoli extralimentari venduti. (***)
16. Il piano di recupero e di riuso delle acque meteoriche per gli usi non potabili. (****)

Legenda:

(*) Documento non obbligatorio per le autorizzazioni di medie strutture con superficie di vendita inferiore a metri quadrati 1.000 e per gli esercizi speciali per merci ingombranti con superficie lorda inferiore a metri quadrati 1.500;

(**) Documento non obbligatorio per le autorizzazioni degli esercizi commerciali destinati alla vendita esclusiva di prodotti extralimentari e per le medie strutture con superficie di vendita inferiore a metri quadrati 1.000;

(***) Documento non obbligatorio per le autorizzazioni degli esercizi commerciali destinati alla vendita esclusiva di prodotti alimentari e per le medie strutture con superficie di vendita inferiore a metri quadrati 1.500;

(****) Documento non obbligatorio per le autorizzazioni delle medie strutture e degli esercizi speciali per merci ingombranti.

ALLEGATO C

Parametri di valutazione per l'insediamento delle grandi strutture di vendita

L'insediamento delle grandi strutture di vendita è soggetto ai seguenti parametri qualitativi di valutazione:

- a) studio dell'impatto ambientale, asseverato da tecnico abilitato, contenente la descrizione delle misure previste per evitare, ridurre e possibilmente compensare gli impatti negativi rilevanti, nonché l'esposizione dei dati necessari per individuare e valutare i principali impatti sull'ambiente e sul patrimonio culturale che la struttura può produrre e delle misure previste per il monitoraggio; si intende positivamente riscontrato lo studio di impatto ambientale da cui risulta che l'intervento commerciale è compatibile con l'assetto ambientale oppure previe opportune prescrizioni;
- b) studio del traffico, contenente la descrizione dell'incidenza che il traffico della clientela dell'insediamento commerciale avrà sul sistema viario e sulle ordinarie percorrenze veicolari del territorio; lo studio del traffico, asseverato da tecnico abilitato, corrisponde al riscontro del sistema viario esistente e di quello di progetto ricadente nel contesto dell'insediamento della grande struttura di vendita;
- c) piano analitico di autonomo smaltimento dei rifiuti solidi urbani prodotti nel contesto della nuova struttura distributiva;
- d) analisi delle ricadute occupazionali, dirette ed indirette, che la realizzazione della grande struttura di vendita apporterà, nonché delle procedure predisposte per assicurare la necessaria trasparenza nella pubblicizzazione delle opportunità lavorative;
- e) piano di attuazione delle previsioni del Codice del consumo di cui al decreto legislativo n. 206/2005, contenente le modalità operative attraverso le quali la normativa sarà tradotta in servizio per il cliente;
- f) piano energetico che indica l'utilizzo delle fonti energetiche rinnovabili, a partire dal valore del trenta per cento al momento dell'apertura, intendendosi per nuovi edifici commerciali, gli edifici che sono realizzati completamente ex novo, non ricadendo in tale fattispecie né gli ampliamenti dimensionali delle strutture commerciali o degli immobili esistenti, né le ristrutturazioni edilizie, ancorché effettuate con demolizione e ricostruzione; non sono comunque soggetti a tale disposizione di promozione delle fonti.