



*Comune di
Pontremoli*

PROVINCIA DI MASSA - CARRARA

REGOLAMENTO COMUNALE DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA

Normativa urbanistica e commerciale

Anno 2012

Allegato C deliberazione consiliare n.68 del 20.12.2012

INDICE

TITOLO 1: NORME GENERALI.....	5
Articolo 1: Oggetto.....	5
Articolo 2: Principi e finalità.....	5
Articolo 3: Riferimenti normativi e ambito di applicazione del regolamento	6
Articolo 4: Obiettivi del regolamento	7
TITOLO 2: DEFINIZIONI.....	8
Articolo 5: Commercio al dettaglio	8
Articolo 6: Commercio all'ingrosso	9
Articolo 7: Superficie di vendita.....	9
Articolo 8: Outlet.....	10
Articolo 9: Strutture di vendita in forma aggregata	10
Articolo 10: Parcheggi pubblici	11
Articolo 11: Parcheggi pertinenziali	11
TITOLO 3: PROCEDURE	12
Articolo 12: Norme generali.....	12
Articolo 13: Requisiti professionali e di onorabilità	12
Articolo 14: Esercizi di vicinato	13
Articolo 15: Medie strutture di vendita	14
Articolo 16: Autorizzazione dovuta per le medie strutture di vendita	15
Articolo 17: Commercio al dettaglio nelle grandi strutture di vendita	15
Articolo 18: Strutture di vendita in forma aggregata	15
Articolo 19: Esercizi specializzati nella vendita esclusiva di merci ingombranti ed a consegna differita ..	16
Articolo 20: Commercio al dettaglio esercitato all'interno di esercizi per il commercio all'ingrosso	16
Articolo 21: Centri commerciali.....	17
Articolo 22: Empori polifunzionali.....	17
Articolo 23: Centri Commerciali Naturali.....	18
Articolo 24: Vendita al pubblico di alcune tipologie di farmaci	18
Articolo 25: Impatto sulla viabilità	18
Articolo 26: Criteri per la localizzazione delle strutture commerciali	19
TITOLO 4: STANDARD, RACCORDI VIARI E PARCHEGGI	20
Articolo 27: Parcheggi pertinenziali	20
Articolo 28: Raccordi viari tra medie e grandi strutture di vendita e viabilità pubblica	20
Articolo 29: Dotazione di parcheggi	21
Articolo 30: Parcheggi per gli esercizi di vicinato.....	22
Articolo 31: Parcheggi per le medie strutture di vendita	22
Articolo 32: Caratteristiche dei parcheggi.....	23
Articolo 33: Parcheggi per biciclette	24
Articolo 34: Servizi igienici per la clientela	24
TITOLO 5: FORME SPECIALI DI COMMERCIO AL DETTAGLIO	25
Articolo 35: Forme speciali di commercio	25
Articolo 36: Spacci interni.....	25
Articolo 37: Distributori automatici.....	25
Articolo 38: Vendita per corrispondenza, tramite televisione o altri sistemi di comunicazione	25
Articolo 39: Norme speciali per la vendita tramite televisione	26
Articolo 40: Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori.....	26
Articolo 41: Persone incaricate.....	27

TITOLO 6: VENDITE STRAORDINARIE E PROMOZIONALI..... 28

<i>Articolo 42: Vendite straordinarie.....</i>	<i>28</i>
<i>Articolo 43: Offerta delle merci.....</i>	<i>28</i>
<i>Articolo 44: Pubblicità dei prezzi.....</i>	<i>28</i>
<i>Articolo 45: Pubblicità delle vendite straordinarie.....</i>	<i>28</i>
<i>Articolo 46: Vendite di liquidazione.....</i>	<i>28</i>
<i>Articolo 47: Durata delle vendite di liquidazione.....</i>	<i>29</i>
<i>Articolo 48: Divieto di introduzione di nuove merci durante le vendite di liquidazione.....</i>	<i>29</i>
<i>Articolo 49: Vendite di fine stagione.....</i>	<i>29</i>
<i>Articolo 50: Vendite promozionali.....</i>	<i>29</i>

TITOLO 7: SOSPENSIONE VOLONTARIA, VARIAZIONI, SUBINGRESSO E CESSAZIONE SOSPENSIONE VOLONTARIA, VARIAZIONI, SUBINGRESSO E CESSAZIONE..... 30

<i>Articolo 51: Sospensione volontaria dell'attività di commercio in sede fissa.....</i>	<i>30</i>
<i>Articolo 52: Subingresso.....</i>	<i>30</i>
<i>Articolo 53: Affidamento di reparto.....</i>	<i>31</i>
<i>Articolo 54: Cessazione dell'attività.....</i>	<i>31</i>
<i>Articolo 55: Rinvio.....</i>	<i>31</i>

TITOLO 1: NORME GENERALI

Articolo 1: Oggetto

Il presente Regolamento disciplina l'insediamento e l'esercizio delle attività commerciali in sede fissa nel comune di Pontremoli.

Le norme seguenti si applicano anche alle seguenti tipologie di attività commerciale che svolgono anche attività di commercio in sede fissa:

- a) il commercio al dettaglio e all'ingrosso in sede fissa;
- b) la vendita della stampa quotidiana e periodica;
- c) la somministrazione di alimenti e bevande;
- d) la distribuzione dei carburanti;
- e) le attività artigianali, di agenzia e di servizi che vendono i propri beni e servizi al consumatore finale in luoghi e con sportelli aperti al pubblico indifferenziato.

Le attività commerciali devono essere esercitate in unità immobiliari aventi destinazione d'uso commerciale o comunque compatibile con l'attività che sarà svolta, secondo le disposizioni urbanistiche ed edilizie comunali vigenti.

Articolo 2: Principi e finalità

L'attività commerciale si fonda sul principio della libertà di iniziativa economica privata ai sensi dell'articolo 41 della Costituzione ed è esercitata nel rispetto dei principi contenuti nella legge 10 ottobre 1990, n. 287, recante norme per la tutela della concorrenza e del mercato, e di quanto previsto dal D. Lgs. n° 59/2010.

Il Regolamento e tutti gli atti di programmazione commerciale comunale perseguono quindi le seguenti finalità:

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

- f) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane;
- g) l'efficienza, l'innovazione della rete distributiva, il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo alla valorizzazione del ruolo delle piccole imprese;
- h) la diffusione e la valorizzazione delle produzioni agro-alimentari e artigianali tipiche;
- i) la qualificazione dei servizi commerciali al turista su tutto il territorio.

Articolo 3: Riferimenti normativi e ambito di applicazione del regolamento

Il presente regolamento è redatto in base alla legge regionale 7 febbraio 2005, n. 28 (Codice del Commercio Testo Unico in materia di commercio in sede fissa, su aree pubbliche, somministrazione di alimenti e bevande, vendita di stampa quotidiana e periodica e distribuzione di carburanti), dal relativo regolamento regionale di attuazione approvato con Decreto del Presidente della Giunta Regionale 1 Aprile 2009, N. 15/R (Regolamento di attuazione della legge regionale 7 febbraio 2005, n. 28) e del Decreto attuativo della Direttiva 2006/123/CE, relativa ai servizi nel mercato interno approvata con D. Lgs. 26 marzo 2010 n° 59 e **in base a quanto disposto dalla legge regionale 52/2012.**

Le presenti norme hanno valore su tutto il territorio comunale e, tenendo conto delle indicazioni degli strumenti urbanistici del Comune e della normativa vigente, fissano:

- a) le condizioni per avviare un'attività per il commercio al dettaglio in sede fissa;
- b) le modalità di svolgimento nel territorio comunale delle attività di cui al precedente punto.

Le scelte amministrative operate dal Comune anche in altri settori, ma implicanti aspetti commerciali, non devono invalidare o rendere inattuabili le presenti norme, né contrastare con le direttive per la razionalizzazione della rete di vendita al dettaglio in sede fissa.

Per quanto non espressamente previsto dalle presenti norme in materia di commercio, è fatto obbligo di osservare le disposizioni di tutti gli altri piani e regolamenti comunali vigenti ed in particolare degli strumenti urbanistici ed edilizi, del piano del traffico, delle norme di polizia urbana, annonaria e di quelle igienico-sanitarie.

Il presente regolamento non si applica:

- a) ai farmacisti e ai direttori di farmacie delle quali i comuni assumono l'impianto e l'esercizio ai sensi della legge 2 aprile 1968, n. 475 e successive modificazioni e della legge 8 novembre 1991, n. 362 e successive modificazioni, qualora vendano esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;
 - b) ai titolari di rivendite di generi di monopolio qualora vendano esclusivamente generi di monopolio di cui alla legge 22 dicembre 1957, n. 1293 e successive modificazioni e al relativo regolamento di esecuzione, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074 e successive modificazioni.
-

- c) alle associazioni dei produttori ortofrutticoli costituite ai sensi della legge 27 luglio 1967, n. 622 e successive modificazioni;
- d) ai produttori agricoli, singoli o associati, i quali esercitano attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del Codice civile, alla legge 25 marzo 1959, n. 125 e successive modificazioni e alla legge 9 febbraio 1963, n. 59 e successive modificazioni.
- e) alle vendite di carburanti nonché degli oli minerali di cui all'articolo 1 del regolamento approvato con regio decreto 20 luglio 1934, n. 1303 e successive modificazioni. Per vendita di carburanti si intende la vendita dei prodotti per uso di autotrazione, compresi i lubrificanti, effettuata negli impianti di distribuzione automatica di cui all'articolo 16 del decreto legge 26 ottobre 1970, n. 745, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 dicembre 1970, n. 1034 e successive modificazioni, e al decreto legislativo 11 febbraio 1998, n. 32;
- f) agli artigiani iscritti nell'albo di cui all'articolo 5, primo comma, della legge 8 agosto 1985, n. 443, per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio;
- g) ai pescatori e alle cooperative di pescatori, nonché ai cacciatori, singoli o associati, che vendano al pubblico, al dettaglio, la cacciagione e i prodotti ittici provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività e a coloro che esercitano la vendita di prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti a usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fungatico e di diritti similari;
- h) a chi venda o esponga per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica o informativa, realizzate anche mediante supporto informatico;
- i) alla vendita dei beni del fallimento effettuata ai sensi dell'articolo 106 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267 e successive modificazioni;
- j) all'attività di vendita effettuata durante il periodo di svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti dei visitatori, purché riguardi le sole merci oggetto delle manifestazioni e non duri oltre il periodo di svolgimento delle manifestazioni stesse;
- k) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali Partecipano lo Stato o enti territoriali che vendano pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto informativo, di propria o altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività.

Le norme di carattere urbanistico e di polizia urbana valgono anche per le categorie sopraindicate.

Resta fermo quanto previsto per l'apertura delle sale cinematografiche dalla legge 4 novembre 1965, e successive modificazioni, nonché dal decreto legislativo 8 gennaio 1998, n. 3.

Articolo 4: Obiettivi del regolamento

Il presente regolamento, in coerenza con gli strumenti urbanistici vigenti e gli altri atti di programmazione comunale, persegue i seguenti obiettivi:

- a) l'equilibrata articolazione territoriale della rete commerciale per migliorare la qualità dei servizi al consumatore e la produttività del sistema distributivo;
- b) la presenza della funzione commerciale nelle aree urbane storiche attraverso la valorizzazione ed il consolidamento delle attività commerciali che vi operano;
- c) la presenza degli esercizi e dei mercati di interesse storico-culturale, di tradizione e tipicità e la presenza organizzata dei centri commerciali naturali nelle aree urbane;
- d) prevenire ed evitare la sostituzione e la delocalizzazione delle attività commerciali e artigiane di vicinato, anche definendo specificazioni funzionali nella destinazione d'uso degli immobili mediante la disciplina di cui all'articolo 58 della l.r. 1/2005;
- e) il mantenimento e la ricostituzione della presenza commerciale e dei servizi sul territorio, anche favorendo la costituzione degli empori polifunzionali e le iniziative per la valorizzazione commerciale delle produzioni locali;
- f) lo sviluppo delle iniziative di vendita diretta di piccole produzioni tipiche locali di qualità, anche agricole.

Il Comune con il presente regolamento:

- a) individua le condizioni per l'insediamento e l'esercizio delle attività commerciali nel territorio comunale;
- b) individua le aree sature in cui non è consentito l'insediamento di medie e grandi strutture;
- c) fissa i parametri e gli standard che consentono l'apertura e l'esercizio di nuovi esercizi.

TITOLO 2: DEFINIZIONI

Articolo 5: Commercio al dettaglio

Per commercio al dettaglio si intende l'attività svolta 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, direttamente al consumatore finale.

I due settori merceologici sono i seguenti:

- a) vendita di prodotti alimentari,
- b) vendita di prodotti non alimentari.

Le tipologie di esercizi commerciali, in termini di classi dimensionali, sono le seguenti:

1. esercizi di vicinato: gli esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 300 mq.
2. medie strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 1.500 mq.
3. grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti delle medie strutture fino al limite stabilito dal piano di indirizzo territoriale (PIT) di cui all'articolo 48 della l.r. 1/2005, anche in misura differenziata in ragione delle diverse caratteristiche territoriali;
4. centri commerciali: per centro commerciale si intende una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. Per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi di commercio al dettaglio in esso presenti.

Articolo 6: Commercio all'ingrosso

Per commercio all'ingrosso si intende l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti o ad utilizzatori professionali.

Articolo 7: Superficie di vendita

Per superficie di vendita di un esercizio commerciale si intende l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili.

Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici, servizi e spazi collocati oltre le casse.

La superficie di vendita è costituita dallo spazio liberamente accessibile al pubblico durante le operazioni di vendita, ivi compreso quello occupato da banchi, scaffalature e simili ed ogni altro vano accessibile al pubblico purché collegato funzionalmente e direttamente all'unità immobiliare dell'esercizio stesso, compresi gli interrati ed i soppalchi.

Sono esclusi dalla superficie di vendita:

- gli spazi posti dietro ai banchi, costituiti da locali per il rifornimento delle merci non accessibili al pubblico;
 - il box ufficio del caponegozio e del ritiro dei vuoti, anche se posto all'interno dell'area di vendita;
 - lo spazio di retrocassa, intendendosi come tale quello posto oltre la linea di lavoro delle casse, ciò in quanto una volta effettuato il pagamento l'operazione di vendita deve ritenersi conclusa;
 - lo spazio adibito a deposito dei carrelli, qualora sia posto prima delle porte di entrata;
-

- i servizi igienici, i magazzini, i depositi, gli uffici se non utilizzati per il ricevimento dei clienti, i locali di lavorazione e confezionamento delle merci, i locali adibiti a servizi tecnologici, gli spogliatoi, le mense e i locali per il personale;
- i locali di qualunque natura nei quali, ai sensi dei vigenti regolamenti edilizi e/o sanitari, non sia consentita la permanenza di persone.

Articolo 8: Outlet

Con il termine outlet si intendono:

1) gli esercizi adiacenti ai locali di produzione nei quali imprese industriali vendono direttamente in maniera esclusiva beni di produzione propria, fatte salvi gli industriali, per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni da essi prodotti, purché i locali di vendita non superino le dimensioni di un esercizio di vicinato;

2) gli esercizi nei quali produttori titolari del marchio o imprese commerciali vendono al dettaglio merci non alimentari, che siano state prodotte almeno trecentosessantacinque giorni prima dell'inizio della vendita, dimostrabile da idonea documentazione relativa alla merce, di fine serie, in eccedenza di magazzino, prototipico che presentino lievi difetti non occulti di produzione.

Articolo 9: Strutture di vendita in forma aggregata

Sono strutture di vendita in forma aggregata:

- a) le medie strutture di vendita adiacenti tra loro, anche verticalmente, o insediate a distanza reciproca inferiore a 120 metri lineari;
- b) le medie strutture di vendita adiacenti ad una grande struttura di vendita, anche verticalmente o insediate a distanza inferiore a 120 metri lineari da una grande struttura di vendita;
- c) le grandi strutture di vendita adiacenti tra loro, anche verticalmente, o insediate a distanza reciproca inferiore a 120 metri lineari;
- d) le strutture di vendita di cui alle lettere a), b) e c) poste anche a distanza reciproca superiore a 120 metri lineari, qualora presentino collegamenti strutturali tra loro.

2. Le strutture di vendita in forma aggregata mantengono carattere dimensionale unitario anche se sono costituite da più unità immobiliari, se sono attraversate da viabilità privata o pubblica e se sono insediate sul territorio di comuni diversi.

3. La distanza tra le strutture di vendita di cui al comma 1, è calcolata dalle pareti esterne degli edifici più vicine tra loro, che perimetrano l'intera superficie coperta lorda di ciascun edificio. Qualora la struttura di vendita sia inserita in un edificio destinato a varie funzioni, la distanza di cui al comma 1 si misura tra le parti degli edifici destinate alla funzione commerciale.

4. La superficie di vendita delle strutture in forma aggregata è determinata dalla somma delle superfici di vendita di tutte le strutture, esistenti e da autorizzare, che si trovano nelle condizioni di cui al comma 1.

5. In relazione all'insediamento di nuove strutture di vendita, il comune preliminarmente verifica se la struttura da insediare si inserisca in uno spazio territoriale in cui sono già presenti altre strutture di vendita medie o grandi. Qualora la distanza tra la struttura di vendita da insediare e quelle già presenti determini il configurarsi di una struttura di vendita in forma aggregata di cui al comma 1, in relazione alla superficie di vendita complessiva calcolata ai sensi del comma 4, il comune verifica le disposizioni da applicare alla fattispecie.

6. Il presente articolo non si applica:

a) alle domande di autorizzazione per l'apertura o l'ampliamento di strutture di vendita da attivare in edifici che, alla data del 21 aprile 2009, erano già ultimati ai sensi dell'articolo 109 della l.r. 1/2005 ed erano a destinazione commerciale, tale da consentire l'insediamento senza variazione di destinazione d'uso o per le quali, a tale data, sussisteva il relativo titolo abilitativo edilizio;

b) salvo diversa disposizione comunale, alle domande di autorizzazione per l'apertura di strutture di vendita collocate nei centri storici, come individuati dal regolamento urbanistico di cui all'articolo 55 della l.r. 1/2005;

c) in caso di apertura o ampliamento di strutture di vendita, agli edifici già a destinazione commerciale per i quali il titolo abilitativo edilizio risulti rilasciato dopo il 21 aprile 2009 ma entro il 20 aprile 2010, e per i quali viene confermata la distanza reciproca lineare inferiore a 60 metri.

Articolo 10: Parcheggi pubblici

I parcheggi pubblici sono aree o costruzioni, porzioni di aree o di costruzioni, destinate al parcheggio dei veicoli senza riserve e limitazioni.

Articolo 11: Parcheggi pertinenziali

I parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni, o porzioni di aree o di costruzioni, adibiti al parcheggio di veicoli, al servizio esclusivo di un determinato insediamento.

TITOLO 3: PROCEDURE

Articolo 12: Norme generali

Per i procedimenti amministrativi di cui al presente Regolamento si ricorre allo Sportello Unico per le Attività Produttive.

Gli atti che abilitano a qualunque titolo l'esecuzione di opere edilizie aventi per oggetto, anche non esclusivo, locali a destinazione commerciale, al dettaglio o all'ingrosso, o comunque destinazione produttiva, per un potenziale insediamento di esercizi di vendita o di attività di cui al presente regolamento, dovranno rappresentare graficamente e numericamente le superfici di vendita e dimostrare il rispetto delle norme degli strumenti urbanistici, e del presente regolamento.

Le comunicazioni, segnalazioni certificate di inizio attività e/o autorizzazioni inerenti esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita commerciali e le relative comunicazioni, segnalazioni ed istanze di natura edilizia, quali domande di permesso a costruire, attestazioni di conformità per le opere ad esse soggette, segnalazioni certificate di inizio attività, devono essere presentate esclusivamente presso lo Sportello Unico alle Attività Produttive.

Ogni atto che abilita a qualunque titolo l'esecuzione di opere edilizie, per attività rientranti nell'ambito del presente Regolamento, deve comunque essere coordinato, tramite le tipologie di procedimenti previsti dalla normativa relativa allo Sportello Unico alle Attività Produttive, con l'emissione del provvedimento finale di tipo commerciale (autorizzazione o segnalazione certificata di inizio attività).

Lo Sportello Unico alle Attività Produttive, ricevute le pratiche presentate, provvede alle stesse secondo le modalità e le tempistiche previste dalle normative vigenti e dal regolamento comunale relativo ai procedimenti, coinvolgendo nei vari procedimenti e endoprocedimenti, l'Ufficio Commercio, l'Ufficio Edilizia, l'Ufficio Ambiente e gli altri Uffici Comunali ed Amministrazioni di volta in volta competenti in materia.

Articolo 13: Requisiti professionali e di onorabilità

I requisiti professionali e di onorabilità necessari per effettuare l'esercizio di attività commerciali sono quelli previsti dalla Parte Seconda – Titolo II del D. Lgs. N° 59/2010, ed in particolare dall'art.71.

I requisiti professionali, con riferimento ai titoli di studio abilitanti al commercio del settore alimentare sono definiti dal Decreto della Regione Toscana 2/7/2009 n. 3088 (B.U.R.T. 5/8/2009 n. 31), recante Elenco dei titoli di studio abilitanti all'esercizio dell'attività di vendita nei settori alimentare e somministrazione ai sensi dell'art. 14, comma 1 lettera a) e b) della L.R. n. 28 del 27 febbraio 2005 e ss.mm..

Articolo 14: Esercizi di vicinato

L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di vendita fino ai limiti previsti dal presente regolamento e la modifica di settore merceologico di un esercizio di vicinato sono soggetti a **Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA)**, ai sensi dell'art.19 della Legge n° 241/90 e s.m.i., al Comune competente per territorio e possono essere effettuati dalla data di ricevimento della segnalazione, regolare e completa della documentazione prevista.

L'attività di vendita è esercitata nel rispetto delle vigenti norme in materia igienico-sanitaria, di edilizia, di urbanistica, di sicurezza e di destinazione d'uso dei locali.

Negli esercizi di vicinato abilitati alla vendita dei prodotti alimentari è consentito il consumo immediato dei medesimi prodotti, utilizzando i locali e gli arredi dell'azienda con esclusione del servizio assistito di somministrazione e con l'osservanza delle norme vigenti in materia igienico-sanitaria.

Ai fini di cui al comma precedente, per locali dell'esercizio si intendono i locali e le aree individuati nella Segnalazione Certificata di Inizio Attività di cui al comma 1.

La Segnalazione Certificata di Inizio Attività dovrà contenere:

- a) i dati anagrafici;
- b) il codice fiscale/partita IVA;
- c) il numero di iscrizione al Registro imprese, se già iscritto, e la CCIAA presso la quale ha effettuato l'iscrizione;
- d) l'oggetto della segnalazione;
- e) il possesso dei requisiti di cui all'art.71 del D. Lgs. n°59/2010;
- f) l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- g) il settore o i settori merceologici;
- h) la dichiarazione di aver rispettato le vigenti norme in materia igienico-sanitaria, di edilizia, di urbanistica, di sicurezza, e di destinazione d'uso dei locali, specificando i relativi titoli abilitati edilizi e l'agibilità relativa al fondo interessato, nonché, ove necessario, le attestazioni e asseverazioni di tecnici abilitati, ovvero le dichiarazioni di conformità da parte dell'Agenzia delle imprese di cui all'articolo 38, comma 4, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n.133, relative alla sussistenza dei requisiti e dei presupposti necessari; tali attestazioni e asseverazioni sono corredate dagli elaborati tecnici necessari per consentire le verifiche di competenza dell'amministrazione.
- i) la dichiarazione relativa all'accessibilità e al superamento delle barriere architettoniche e di conformità dei locali alla normativa di cui all'art. 82 del D.P.R. 380/2001, come modificato dal D.Lgs 301/02;

Articolo 15: Medie strutture di vendita

L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita fino ai limiti fissati dal presente regolamento e la modifica, quantitativa o qualitativa di settore merceologico di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune.

Il Comune, con il presente regolamento, definisce le condizioni ed i criteri per il rilascio delle autorizzazioni di cui al comma 1, previa concertazione con le organizzazioni imprenditoriali del commercio, le organizzazioni sindacali dei lavoratori, le associazioni dei consumatori e le altre parti sociali interessate maggiormente rappresentative.

Le domande di autorizzazione sono accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego entro 90 giorni dalla data di ricevimento della domanda, completa e regolare, da parte dello Sportello Unico per le Attività Produttive.

La modifica, quantitativa o qualitativa, di settore merceologico di una media struttura di vendita è soggetta a SCIA da presentare al SUAP competente per territorio, purché l'esercizio presenti tutti i requisiti previsti dalla normativa statale e regionale in materia di medie strutture di vendita.

L'autorizzazione di cui al comma 1 comprende anche il rilascio del titolo abilitativo edilizio inerente l'immobile e viene definita tramite il provvedimento unico finale rilasciato dallo Sportello Unico per le Attività Produttive, in conformità con le sue modalità procedurali.

Il rilascio del titolo abilitativo edilizio per la realizzazione di un insediamento commerciale non esclude che la relativa autorizzazione commerciale, ricorrendone i presupposti, possa essere negata.

L'attività di vendita è esercitata nel rispetto delle vigenti norme in materia igienico-sanitaria, di edilizia, di urbanistica, di sicurezza e di destinazione d'uso dei locali.

L'attività di vendita di prodotti alimentari è soggetta al rispetto delle disposizioni previste dal D.P.G.R. 40/R/2006 e dai Regolamenti Comunitari di riferimento (Regolamento UE n° 852/2004 e n°853/2004).

La domanda dovrà contenere:

- a) i dati anagrafici;
- b) il codice fiscale/partita IVA;
- c) il numero di iscrizione al Registro imprese, se già iscritto, e la CCIAA presso la quale ha effettuato l'iscrizione;
- d) l'oggetto della domanda;
- e) il settore o i settori merceologici;
- f) il possesso di eventuali diritti di priorità;
- g) il possesso dei requisiti di cui all'art.71 del D. Lgs. N° 59/2010;

- h) l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- i) la dichiarazione del rispetto delle vigenti norme in materia igienico-sanitaria, di edilizia, di urbanistica, di sicurezza, e di destinazione d'uso dei locali, accompagnata dalle attestazioni e asseverazioni di tecnici abilitati, ovvero le dichiarazioni di conformità da parte dell'Agenzia delle imprese di cui all'articolo 38, comma 4, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n.133, relative alla sussistenza dei requisiti e dei presupposti necessari; tali attestazioni e asseverazioni sono corredate dagli elaborati tecnici necessari per consentire le verifiche di competenza dell'amministrazione;
- j) la dichiarazione relativa all'accessibilità e al superamento delle barriere architettoniche e di conformità dei locali alla normativa di cui all'art. 82 del D.P.R. 380/2001, come modificato dal D.Lgs 301/02;
- k) uno studio per la valutazione dell'impatto sulla viabilità per le medie strutture con una superficie di vendita superiore ai 1.000 mq;
- l) la previsione del numero di assunti e delle relative tipologie contrattuali applicate.

Articolo 16: Autorizzazione dovuta per le medie strutture di vendita

L'autorizzazione all'ampliamento di una media struttura di vendita, attiva da almeno tre anni, è dovuta in caso di accorpamento alla stessa di preesistenti esercizi di vicinato o medie strutture, localizzati sul territorio comunale ed attivi da almeno tre anni, fermo restando il rispetto dei parametri urbanistici e di viabilità, rispettando altresì le dimensioni massime previste per le medie strutture.

Il rilascio dell'autorizzazione di cui al comma 1 comporta la decadenza o la perdita di efficacia delle autorizzazioni preesistenti.

Articolo 17: Commercio al dettaglio nelle grandi strutture di vendita

Le grandi strutture di vendita possono essere insediate solo in aree o in edifici che abbiano una specifica destinazione d'uso per le grandi strutture di vendita.

L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie e la modifica, quantitativa o qualitativa, di settore merceologico di una grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal comune competente per territorio.

La procedura per il rilascio dell'autorizzazione alle grandi strutture di vendita viene effettuata secondo le modalità previste dal **Codice del Commercio, tenendo conto degli aggiornamenti previsti nella l.r. 52/2012**, così come le modalità per la composizione e lo svolgimento della conferenza dei servizi.

Articolo 18: Strutture di vendita in forma aggregata

A fronte di una domanda di autorizzazione per l'apertura di una media o di una grande struttura di vendita, il Comune preliminarmente verifica se la struttura da insediare si inserisce in uno spazio territoriale se si tratta di una struttura di vendita in forma aggregata, come definita dall'Articolo 9:. In tale caso il Comune procede secondo quanto disposto dall'art. 20 della l.r. 52/2012. Il presente articolo non si applica alle domande di autorizzazione per l'apertura di strutture di vendita da attivare in costruzioni già esistenti ed a destinazione commerciale.

Articolo 19: Esercizi specializzati nella vendita esclusiva di merci ingombranti ed a consegna differita

Sono merci ingombranti ed a consegna differita, di cui all'articolo 21 bis del Codice del Commercio, i seguenti prodotti:

- a) autoveicoli, motoveicoli, natanti e loro accessori e ricambi;
- b) legnami;
- c) attrezzature e macchine per l'agricoltura ed il giardinaggio;
- d) materiali per l'edilizia;
- e) materiali termoidraulici.

Ai fini dell'applicazione del regime abilitativo e degli standard urbanistici e di viabilità del presente regolamento, la superficie di vendita degli esercizi che hanno ad oggetto in maniera esclusiva le merci ingombranti di cui al comma 1, è computata come di seguito:

- qualora non superi le dimensioni di una media struttura, nella misura di un decimo della superficie di vendita.
- qualora superi le dimensioni di una media struttura, nella misura di un decimo della superficie di vendita, fino al limite di cui alla lettera a) e nella misura di un quarto per la parte eccedente tale limite.

La disciplina di cui al presente articolo non è applicabile in caso di vendita all'ingrosso ed al dettaglio nello stesso locale dei prodotti per i quali, così come previsto dal presente Regolamento, non si applica il divieto di vendita congiunta ingrosso-dettaglio.

Articolo 20: Commercio al dettaglio esercitato all'interno di esercizi per il commercio all'ingrosso

Le attività di commercio all'ingrosso possono esercitare anche l'attività di commercio al dettaglio solo per la vendita dei seguenti prodotti:

- a) macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio e l'artigianato;
 - b) materiale elettrico;
 - c) colori e vernici, carte da parati;
 - d) ferramenta ed utensileria;
-

- e) articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici;
- f) articoli per riscaldamento;
- g) strumenti scientifici e di misura;
- h) macchine per ufficio;
- i) auto-moto-cicli e relativi accessori e parti di ricambio;
- j) combustibili;
- k) materiali per l'edilizia;
- l) legnami.

Ai fini dell'applicazione del regime abilitativo e degli standard urbanistici e di viabilità del presente regolamento, la superficie di vendita, degli esercizi che effettuano, nello stesso locale, la vendita all'ingrosso ed al dettaglio dei prodotti individuati nel comma precedente, si considera ripartita tra le due attività nella misura del 50 per cento ciascuna qualora non sia superiore a **3.000 metri quadrati**.

La parte di superficie di vendita eccedente le dimensioni sopra riportate è considerata superficie di vendita al dettaglio.

La superficie di vendita al dettaglio deve essere delimitata con sistemi idonei a non indurre in inganno il consumatore.

Articolo 21: Centri commerciali

L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie e la modifica, quantitativa o qualitativa, di settore merceologico di un centro commerciale sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune.

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

Al momento della presentazione della domanda il promotore del centro commerciale può non essere in possesso dei requisiti professionali, che devono comunque essere posseduti al momento del rilascio dell'autorizzazione.

Le medie e le grandi strutture di vendita presenti all'interno del centro commerciale sono autorizzate con autonomi provvedimenti, contestuali o successivi; gli esercizi di vicinato sono soggetti alla presentazione della Segnalazione Certificata di Inizio Attività.

L'intestazione dell'autorizzazione ad altro soggetto, diverso dal promotore originario, non configura una ipotesi di subingresso.

Articolo 22: Empori polifunzionali

Nella zone collinari e nei centri abitati minori interessate da fenomeni di rarefazione del sistema distributivo e dei servizi, gli esercizi di vicinato possono svolgere nello stesso locale, detto "emporio polifunzionale", oltre all'attività di vendita al dettaglio, altri servizi di

interesse per la collettività, eventualmente in convenzione con soggetti pubblici o privati, secondo le modalità e le condizioni stabilite dal Comune con apposita delibera della Giunta Comunale che può anche derogare la normativa di settore che regola le singole attività e servizi esercitati nell'emporio polifunzionale.

Articolo 23: Centri Commerciali Naturali

Il Comune, con apposita delibera della Giunta Comunale, può istituire sul territorio comunale, nelle aree caratterizzate dalla presenza di numerose e contigue attività commerciali di vicinato, uno o più Centri Commerciali Naturali.

La delibera che istituisce il Centro Commerciale Naturale, nelle aree che ricadono entro il suo perimetro, può stabilire l'incompatibilità di destinazioni d'uso inadatte con le caratteristiche funzionali del Centro Commerciale Naturale e prevedere misure per:

- l'incentivazione della percorribilità pedonale e ciclabile;
- la limitazione della circolazione veicolare;
- particolari standard strutturali per gli esercizi commerciali che ne fanno parte;
- una adeguata dotazione di parcheggi opportunamente localizzata e l'accessibilità con mezzi pubblici.

Articolo 24: Vendita al pubblico di alcune tipologie di farmaci

Gli esercizi commerciali di vicinato e di medie e grandi dimensioni e gli empori polifunzionali che effettuano attività di vendita al pubblico dei farmaci da banco o di automedicazione ai sensi dell'articolo 5 del decreto legge 4 luglio 2006, n. 223 inviano copia della comunicazione di cui al comma 1 dell'articolo 5 del d.l. 223/2006 anche al Comune e all'Azienda Unità Sanitaria Locale (USL) competenti per territorio.

Articolo 25: Impatto sulla viabilità

Le attività commerciali che generano elevati flussi di traffico devono garantire un'ideale organizzazione dell'accessibilità veicolare, sia in funzione del traffico operativo specializzato e del traffico commerciale despecializzato relativo alle singole strutture, sia in funzione del sistema viario principale e secondario di afferenza e degli sbocchi sugli specifici archi stradali, in particolare sulla viabilità principale.

A tal fine le domande per il rilascio di nuove autorizzazioni, trasferimenti di sede, concentrazioni, ampliamenti, aggiunta di settore merceologico per le attività commerciali di cui al comma precedente devono essere corredate da appositi elaborati illustrativi che consentano all'Amministrazione comunale di valutare la sostenibilità dell'insediamento rispetto alle condizioni della viabilità.

Per evitare il rischio di eccessivo carico veicolare sulla viabilità, come previsto dalla normativa regionale, le medie strutture con superficie di vendita superiore ai 1.000 mq. nelle

relazioni dei progetti di insediamento devono indicare gli interventi previsti per mitigare gli effetti negativi dell'insediamento commerciale con riferimento agli aspetti del traffico, del paesaggio e dell'occupazione di suolo, verificando in particolare la congruenza ambientale per le localizzazioni fuori dal tessuto urbano, in quanto attirando esclusivamente un'utenza motorizzata con mezzi privati, comportano una eccessiva necessità di parcheggi, generando un notevole consumo del territorio ed un elevato traffico veicolare.

Articolo 26: Criteri per la localizzazione delle strutture commerciali

In funzione delle caratteristiche urbanistiche e delle infrastrutture del territorio, nella tabella sottostante vengono riportate le tipologie di vendita ammesse nelle relative zone e gli standard di parcheggio.

Zone del territorio	Tipologia ammessa	Standard per la sosta di relazione
1) Area del Centro Storico	Esercizi di vicinato: 0-300 mq. Medie strutture di vendita alimentari e non alimentari: 301 - 600 mq.	Esercizi di vicinato: riduzione a zero Medie strutture: 1,5 mq di parcheggio per metro quadro di vendita. Possibilità di ridurre gli standard i parcheggio previo studio specifico di impatto che introduca misure di mitigazione del carico da concordare con l'Amministrazione.
2) Area residenziale del Capoluogo	Esercizi di vicinato: 0-300 mq Medie strutture di vendita alimentari e non alimentari: 301-1500 mq.	Esercizi di vicinato : riduzione a zero Medie strutture: 1,5 mq di parcheggio per metro quadro di vendita. Possibilità di ridurre gli standard di parcheggio previo studio specifico di impatto che introduca misure di mitigazione del carico da concordare con l'Amministrazione.
3) Insediamenti di Via Campolunghe	Esercizi di vicinato: 0-300 mq. Medie strutture di vendita alimentari e non alimentari: 301-1500 mq. Grandi strutture di vendita: Oltre 1500 mq. fino ai limiti indicati dal PIT.	Esercizi di vicinato: 1 mq di parcheggio per metro quadro di vendita. Medie strutture: 1,5 mq di parcheggio per metro quadro di vendita. Grandi strutture: 2,5 mq di parcheggio per metro quadro di vendita.
4) L'aree produttive di S. Giustina e Novoleto	Esercizi di vicinato: 0-300 mq. Medie strutture di vendita non alimentari : 301-1500 mq. Medie strutture di vendita alimentari : 301-1500 mq. previo piano attuativo.	Esercizi di vicinato: 1 mq di parcheggio per metro quadro di vendita. Medie strutture: 1,5 mq di parcheggio per metro quadro di vendita.
5) Le frazioni sparse	Esercizi di vicinato: 0-300 mq.	Esercizi di vicinato: riduzione a zero
6) Il territorio agricolo.	Esercizi di vicinato: 0-300 mq.	Esercizi di vicinato: 1 mq di parcheggio per metro quadro di vendita.

TITOLO 4: STANDARD, RACCORDI VIARI E PARCHEGGI

Articolo 27: Parcheggi pertinenziali

Nei parcheggi pertinenziali, le dimensioni lineari del singolo posto auto, al netto degli spazi di manovra, non devono essere inferiori a mq. 15.

Ai fini del rispetto di quanto disposto dalla legge 24/03/1989 n. 122, la superficie convenzionale di un “posto auto”, comprensiva dei relativi spazi di disimpegno, si considera pari a **mq. 25**.

I parcheggi pertinenziali di un esercizio commerciale devono destinati a tutti i clienti. Pertanto devono essere collocati e organizzati in modo da essere accessibili liberamente e gratuitamente dai clienti stessi. Nel caso si trovino all'interno di recinzioni devono comunque essere sempre accessibili durante l'orario di apertura dell'attività.

I parcheggi pertinenziali sono generalmente localizzati nella stessa unità edilizia che contiene l'unità o le unità immobiliari di cui sono pertinenza; possono altresì essere localizzati anche in altra area o unità edilizia posta in un ragionevole raggio di accessibilità pedonale, purché permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale, e purché collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiede, attraversamenti segnalati) e privo di barriere architettoniche.

I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area distinta dai parcheggi pubblici e dalle aree a verde pubblico, senza sovrapposizioni.

In ogni caso devono essere assicurate efficaci soluzioni di accesso e adottati tutti gli accorgimenti necessari ad agevolare la fruizione dei parcheggi e l'accessibilità da questi ai punti di vendita, con particolare riferimento al superamento delle barriere architettoniche.

Articolo 28: Raccordi viari tra medie e grandi strutture di vendita e viabilità pubblica

Le medie strutture con superficie di vendita superiore a 500 metri quadrati devono realizzare il raccordo tra parcheggio e viabilità pubblica nel rispetto delle seguenti prescrizioni:

- a) il raccordo fra il parcheggio destinato alla clientela e la viabilità pubblica, o comunque di accesso, deve essere indipendente o separato da ogni altro accesso, in particolare da eventuali collegamenti fra viabilità pubblica, aree carico-scarico merci e accessi riservati ai pedoni;
- b) il percorso di accesso al parcheggio deve essere segnalato con chiarezza dalla viabilità principale. La segnaletica stradale e quella di orientamento devono integrarsi in modo da consentire l'immediata e univoca identificazione del percorso di accesso veicolare al parcheggio;
- c) il raccordo fra parcheggio e viabilità deve essere costituito da almeno due varchi a senso unico separati, opportunamente distanziati e indipendenti tra loro. L'entrata e

l'uscita devono essere tra loro distanti, anche quando insistono sullo stesso tratto viario.

Le grandi strutture di vendita devono realizzare il raccordo tra parcheggio e viabilità pubblica nel rispetto delle seguenti prescrizioni:

- a) rispetto di tutte le condizioni previste al comma 1 per le medie strutture di vendita;
- b) determinazione del flusso veicolare di picco, il cui calcolo viene effettuato in relazione al numero massimo di presenze consentite dalle norme di sicurezza, ridotto delle quote di utenti prevedibili non motorizzati ed in considerazione del tempo medio di permanenza, valutato sulla base di dati recenti rilevati in analoghe strutture operanti;
- c) i collegamenti dei parcheggi con la viabilità pubblica devono essere previsti, per entrambi i sensi di marcia, almeno nella misura di uno ogni 10.000 metri quadrati di superficie a parcheggio;
- d) tra le corsie di accesso dalla viabilità pubblica ai parcheggi e le corsie di uscita non devono esservi interferenze che comportino l'attraversamento dei flussi di traffico.

Articolo 29: Dotazione di parcheggi

Per ciascuna tipologia di esercizi di vendita, in aggiunta agli standard previsti dall'articolo 5, punto 2, del decreto ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444 (Limiti inderogabili di densità edilizia, di altezza, di distanza fra i fabbricati e rapporti massimi tra spazi destinati agli insediamenti residenziali e produttivi e spazi pubblici o riservati alle attività collettive, al verde pubblico o a parcheggi da osservare ai fini della formazione dei nuovi strumenti urbanistici o della revisione di quelli esistenti, ai sensi dell'art. 17 della L. 6 agosto 1967, n. 765), sono richiesti i seguenti parcheggi:

- a) per le costruzioni realizzate dopo l'entrata in vigore della legge 24 marzo 1989, n. 122 (Disposizioni in materia di parcheggi, programma triennale per le aree urbane maggiormente popolate nonché modificazioni di alcune norme del testo unico sulla disciplina della circolazione stradale, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 15 giugno 1959, n. 393), parcheggi per la sosta stanziale, all'interno degli edifici e nell'area di pertinenza degli stessi, nella misura stabilita dall'articolo 2, comma 2, della stessa legge, maggiorata degli spazi per il parcheggio temporaneo dei mezzi di movimentazione delle merci;
- b) parcheggi per la sosta di relazione, nella misura individuata dagli articoli che seguono del presente regolamento per ciascuna tipologia di esercizi di vendita, sia nel caso di nuova costruzione sia nel caso di nuova destinazione commerciale di edifici esistenti.

I parcheggi per la sosta stanziale devono essere realizzati su aree private. Solo per gli esercizi di vicinato i parcheggi per la sosta stanziale possono essere reperiti anche su aree pubbliche, ad esclusione delle carreggiate stradali.

I parcheggi per la sosta di relazione devono essere realizzati su aree private e sono reperiti all'interno degli edifici o nell'area di pertinenza degli stessi, ovvero in altre aree o edifici, a condizione che ne sia garantito l'uso pubblico nelle ore di apertura degli esercizi, ad una

distanza idonea a garantire un rapido collegamento pedonale con l'esercizio commerciale stesso.

Una quota del 10 per cento dei parcheggi per la sosta di relazione è riservata al personale dipendente.

In caso di ampliamento di strutture di vendita, la dimensione dei parcheggi è commisurata alla parte di superficie di vendita oggetto di ampliamento.

Nei parcheggi pertinenziali deve essere riservata ai disabili un numero di posti-auto non inferiore al 5% del totale.

Articolo 30: Parcheggi per gli esercizi di vicinato

Per gli esercizi di vicinato, i parcheggi per la sosta di relazione sono dimensionati nella misura di 1 metro quadrato per ogni metro quadrato di superficie di vendita.

Il Comune disciplina le ipotesi e le modalità di riduzione o annullamento delle superfici destinate a sosta di relazione nei seguenti casi:

- a) ubicazione dell'esercizio in zone a traffico limitato o escluso;
- b) prevalente carattere pedonale dell'utenza;
- c) aree già edificate, per le quali si ritiene opportuno evitare l'attrazione del traffico veicolare;
- d) edifici esistenti già a destinazione commerciale all'entrata in vigore del presente regolamento;
- e) collocazione dell'esercizio in aree interessate dall'operatività di programmi di riqualificazione commerciale;
- f) gallerie d'arte.

Articolo 31: Parcheggi per le medie strutture di vendita

Per le medie strutture di vendita, i parcheggi per la sosta di relazione sono dimensionati nella misura di 1,5 metri quadrati per ogni metro quadrato di superficie di vendita e di 1 metro quadrato per ogni metro quadrato di ulteriori superfici utili coperte aperte al pubblico, destinate ad attività complementari a quella commerciale, escludendo dal calcolo gli spazi destinati a corridoi delle gallerie dei centri commerciali.

Le aree esterne a parcheggio, localizzate in superficie, devono essere dotate di alberature di alto fusto di specie tipiche locali, nella misura minima di un albero ogni 100 metri quadrati di parcheggio, fatte salve particolari disposizioni di tutela storica e ambientale. Nel caso in cui sotto tali parcheggi siano presenti parcheggi interrati possono essere utilizzate alberature, arbusti o siepi ornamentali.

Il numero di posti auto che deve essere individuato in relazione alla superficie minima di parcheggio di sosta di relazione non può essere inferiore ad un posto auto ogni 25 metri quadrati di superficie a parcheggio.

Il Comune può applicare le disposizioni di esenzione o riduzione degli standard richiesti ai commi precedenti, qualora disponga di elementi circostanziati sui flussi di utenza e tenendo conto della situazione dei luoghi e dell'esigenza di sviluppo dell'area commerciale di insediamento (CCN).

Articolo 32: Caratteristiche dei parcheggi

I parcheggi degli esercizi commerciali che superano i 1.500 metri quadrati di superficie di vendita devono presentare le seguenti caratteristiche:

- a) differenziazione tra le varie aree di parcheggio per gli utenti, per il personale di servizio e per carico e scarico merci;
- b) rispetto delle norme di sicurezza di cui al decreto ministeriale 1° febbraio 1986 (Norme di sicurezza antincendi per la costruzione e l'esercizio di autorimesse e simili);
- c) assenza di barriere architettoniche e posti riservati a portatori di handicap;
- d) spazi appositi per mezzi di servizio e/o soccorso;
- e) tecniche per la riduzione dell'inquinamento acustico ed atmosferico;
- f) delimitazione dei posti auto con apposita segnalazione orizzontale;
- g) depositi carrelli localizzati tra i posti auto rapidamente raggiungibili;
- h) transito di veicoli distanziato dall'edificio ed in particolare dall'accesso dell'edificio stesso;
- i) pavimentazione con materiali rispondenti a requisiti prefissati di resistenza e durata, privilegiando soluzioni permeabili;
- j) pavimentazione con materiali antisdruciolevoli;
- k) sistemi di drenaggio rapido delle acque superficiali;
- l) illuminazione a spettro ampio;
- m) sistemi per la raccolta dei rifiuti;
- n) percorsi pedonali protetti;
- o) fermate protette per i mezzi pubblici;
- p) parcheggi per biciclette e motocicli;
- q) obbligatorietà della manutenzione, pulizia, agibilità ed efficienza in tutte le condizioni meteorologiche;
- r) personale addetto specificatamente a mansioni di controllo, direzione, ricezione o manutenzione dell'area.

Il Comune può prevedere ulteriori disposizioni di dettaglio in ordine alle caratteristiche dei parcheggi.

Articolo 33: Parcheggi per biciclette

In aggiunta alle dotazioni prescritte di posti-auto, ai fini di favorire e sviluppare la mobilità sostenibile sono richiesti i seguenti standard di dotazione di parcheggi per la sosta delle biciclette

Standard di dotazione di parcheggi per biciclette

Tipologia di esercizio	Dotazione richiesta	Tipo di attrezzatura
Esercizi di vicinato	3 per esercizio fino a 100 mq più uno ogni 50 mq aggiuntivi o frazione	Classe III 100%
Medie strutture di vendita alimentari	6 per esercizio fino a 600 mq più uno ogni 100 mq aggiuntivi o frazione	Classe I 20% Classe II 40% Classe III 40
Medie strutture di vendita non alimentari	6 per esercizio fino a 600 mq più uno ogni 200 mq aggiuntivi o frazione	Classe I 20% Classe II 40% Classe III 40

Classe I parcheggio per bicicletta complete di protezioni per una bicicletta e le attrezzature di appoggio (es. armadietti)

Class II strutture per la sosta come rastrelliere, supporti a U, etc. dove le biciclette possono essere agganciate con sicurezza al telaio

Classe III rastrelliere anche amovibili e posizionabili su suolo pubblico.

Articolo 34: Servizi igienici per la clientela

Fermi restando il numero e le caratteristiche dei servizi igienici ad uso del personale addetto, previsti dalla normativa vigente, le medie e le grandi strutture di vendita, devono garantire la presenza di servizi igienici a disposizione della clientela, facilmente individuabili con apposite segnalazioni.

La misura minima dei servizi igienici di cui al comma 1 è la seguente:

- s) per strutture con superficie di vendita compresa tra 1.000 e 2.500 metri quadrati, almeno un servizio igienico riservato alle donne, uno riservato agli uomini ed uno ai disabili.

TITOLO 5: FORME SPECIALI DI COMMERCIO AL DETTAGLIO

Articolo 35: Forme speciali di commercio

L'esercizio delle seguenti attività di commercio al dettaglio: spacci interni; distributori automatici; vendita per corrispondenza o per televisione; vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori è soggetto a segnalazione certificata di inizio attività di cui all'art.19 della Legge n°41/90 e s.m.i. allo Sportello unico del Comune e può essere iniziato dalla data di ricevimento della dichiarazione, regolare e completa.

Articolo 36: Spacci interni

L'attività di commercio al dettaglio di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi deve essere svolta in locali non aperti al pubblico e che non abbiano accesso dalla pubblica via.

Articolo 37: Distributori automatici

All'attività di commercio al dettaglio mediante distributori automatici effettuata in modo non esclusivo si applica quanto disposto dall'Articolo 35:.

La medesima attività, nel caso di distributori del settore alimentare, è soggetta a presentazione di Segnalazione Certificata di Inizio Attività nel caso di prima installazione di apparecchi sul territorio comunale o cessazione dell'attività, e per tutte le successive variazioni e spostamenti solamente a notifica igienico sanitaria, ai sensi delle vigenti disposizioni.

L'attività di commercio al dettaglio mediante distributori automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo è soggetta alle disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita.

E' vietata la vendita mediante distributori automatici di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.

Articolo 38: Vendita per corrispondenza, tramite televisione o altri sistemi di comunicazione

Per l'esercizio della vendita al dettaglio per corrispondenza, tramite televisione o altri sistemi di comunicazione, tra cui il commercio elettronico inteso come l'attività commerciale svolta nella rete Internet mediante l'utilizzo di un sito Web (e-commerce) nei confronti del

consumatore finale, nel caso in cui tale tipologia assuma la forma di commercio interno, la segnalazione certificata di inizio attività di cui all'Articolo 35: è presentata allo sportello unico per le attività produttive del comune nel quale l'esercente, persona fisica o giuridica, intende avviare l'attività.

E' vietato l'invio di prodotti al consumatore, se non a seguito di specifica richiesta, salvo che si tratti di campioni o di omaggi senza spese o vincoli per il consumatore.

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

Nella segnalazione deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti soggettivi per l'esercizio dell'attività nonché il settore merceologico di attività. Nel caso di attività relativa al settore merceologico alimentare, il soggetto deve essere in possesso di uno dei requisiti professionali per le attività alimentari.

Il possesso del requisito professionale prescritto è necessario anche qualora lo stoccaggio dei prodotti avvenga in un magazzino, ovunque ubicato; in tal caso deve essere dimostrato allo Sportello Unico il rispetto delle disposizioni relative al possesso dei requisiti igienico sanitari ed al possesso dei relativi titoli abilitativi.

In riferimento al commercio elettronico il Comune promuove l'introduzione e l'uso del commercio elettronico con azioni volte a:

- a) sostenere l'inserimento delle imprese commerciali pratese nel mercato elettronico;
- b) tutelare gli interessi dei consumatori;
- c) favorire la diffusione di informazione e l'apprendimento per operatori del settore e operatori del servizio;
- d) predisporre azioni specifiche finalizzate a migliorare la competitività delle imprese e dei Sistemi commerciali integrati, con particolare riferimento alle piccole e alle medie, attraverso l'utilizzo del commercio elettronico;
- e) favorire l'uso di strumenti e tecniche di gestione di qualità volte a garantire l'affidabilità degli operatori e ad accrescere la fiducia del consumatore.

Articolo 39: Norme speciali per la vendita tramite televisione

In caso di vendita tramite televisione l'emittente televisiva deve accertare, prima della messa in onda, l'avvenuta presentazione della segnalazione certificata di inizio attività di cui all'Articolo 35: 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.

Articolo 40: Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori

Per l'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio e di raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori, la segnalazione certificata di inizio attività di cui all'Articolo 35: è presentata allo sportello unico per le attività produttive del comune nel quale l'esercente, persona fisica o giuridica, intende avviare l'attività.

Durante le operazioni di vendita e di raccolta di ordinativi di acquisto l'esercente deve esporre in modo ben visibile un tesserino di riconoscimento.

Il tesserino di cui al comma 2 deve essere numerato e deve contenere:

- a) le generalità e la fotografia dell'esercente;
- b) l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, nonché del nome del responsabile dell'impresa stessa;
- c) la firma del responsabile dell'impresa.

Le disposizioni di cui al presente articolo si applicano anche all'attività di somministrazione di alimenti e bevande svolta al domicilio del consumatore.

Articolo 41: Persone incaricate

L'attività di vendita presso il domicilio del consumatore può essere svolta anche mediante persone incaricate in possesso dei requisiti di soggettivi e di onorabilità previsti dalla vigente normativa per l'esercizio dell'attività di vendita.

L'esercente comunica l'elenco delle persone incaricate all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attività delle medesime.

L'esercente rilascia alle persone incaricate un tesserino di riconoscimento, che deve ritirare non appena le stesse perdano i requisiti soggettivi e di onorabilità.

Il tesserino di cui al comma 3 deve essere numerato e deve contenere:

- a) le generalità e la fotografia dell'incaricato;
- b) l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto
- c) dell'attività dell'impresa, nonché del nome del responsabile
- d) dell'impresa stessa;
- e) la firma del responsabile dell'impresa.

Il tesserino di cui al comma 3 deve essere esposto in modo ben visibile durante le operazioni di vendita e di raccolta degli ordinativi di acquisto.

Le disposizioni di cui al presente articolo si applicano anche all'attività di somministrazione di alimenti e bevande svolta al domicilio del consumatore.

TITOLO 6: VENDITE STRAORDINARIE E PROMOZIONALI

Articolo 42: Vendite straordinarie

La presente sezione disciplina le vendite straordinarie, con le quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.

Costituiscono vendite straordinarie:

- a) le vendite di liquidazione;
- b) le vendite di fine stagione.

Articolo 43: Offerta delle merci

Le merci oggetto di vendite straordinarie devono essere separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie.

Articolo 44: Pubblicità dei prezzi

Per le merci oggetto di vendite straordinarie devono essere indicati, in modo chiaro ed inequivocabile:

- a) il prezzo normale di vendita;
- b) lo sconto o il ribasso espresso in percentuale;
- c) il prezzo effettivamente praticato a seguito dello sconto o del ribasso.

Articolo 45: Pubblicità delle vendite straordinarie

Le asserzioni pubblicitarie relative a vendite straordinarie devono contenere l'indicazione del tipo e della durata della vendita e degli estremi della comunicazione al Comune.

E' vietato ogni riferimento a procedure fallimentari e simili.

Articolo 46: Vendite di liquidazione

Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci in caso di:

- a) cessazione dell'attività commerciale;
 - b) cessione dell'azienda o dell'unità locale nella quale si effettua la vendita di liquidazione;
 - c) trasferimento in altro locale dell'azienda o dell'unità locale nella quale si effettua la vendita di liquidazione;
 - d) trasformazione o rinnovo dei locali di vendita.
-

Le vendite di cui al comma 1 possono essere effettuate in qualunque momento dell'anno, previa comunicazione al Comune competente per territorio, da effettuare almeno dieci giorni prima dell'inizio delle stesse.

Le vendite di cui al comma 1 non possono essere effettuate con il sistema del pubblico incanto.

Nell'ipotesi di cui al comma 1, lettera a), al termine della vendita di liquidazione l'esercente non può riprendere la medesima attività se non decorsi centottanta giorni dalla data di cessazione.

Nell'ipotesi di cui al comma 1, lettera d), al termine della vendita di liquidazione l'esercizio deve essere immediatamente chiuso per il tempo necessario all'effettuazione dei lavori.

Articolo 47: Durata delle vendite di liquidazione

Le vendite di liquidazione possono avere una durata massima:

- a) di otto settimane nelle ipotesi di cui all'Articolo 46:, comma 1, lettere a) e b);
- b) di quattro settimane nelle ipotesi di cui all'Articolo 46:, comma 1, lettere c) e d).

Articolo 48: Divieto di introduzione di nuove merci durante le vendite di liquidazione

Durante il periodo in cui vengono effettuate vendite di liquidazione è vietato introdurre nell'esercizio e nei locali di sua pertinenza ulteriori merci del genere di quelle oggetto dell'attività commerciale in liquidazione.

Il divieto di introduzione di nuove merci riguarda sia le merci acquistate che quelle concesse in conto deposito.

Articolo 49: Vendite di fine stagione

Le vendite di fine stagione riguardano i prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo.

Le vendite di fine stagione possono essere effettuate dal 7 gennaio al 7 marzo e dal 7 luglio fino al 7 settembre.

Le date di inizio e la durata delle vendite di fine stagione di cui al comma 1 possono essere modificate annualmente dalla Giunta regionale con propria deliberazione.

Articolo 50: Vendite promozionali

Le vendite promozionali, con le quali vengono offerte condizioni favorevoli di acquisto dei prodotti in vendita, sono effettuate dall'esercente dettagliante per tutti o una parte di tali prodotti. Le merci offerte in promozione devono esser distinguibili da quelle vendute alle condizioni ordinarie.

Le vendite di cui al comma 1 dei prodotti del settore merceologico non alimentare di carattere stagionale, che formano oggetto delle vendite di fine stagione, non possono svolgersi nei trenta giorni precedenti alle vendite di fine stagione.

Alle vendite di cui al comma 1 si applicano le disposizioni di cui Articolo 44:.

TITOLO 7: SOSPENSIONE VOLONTARIA, VARIAZIONI, SUBINGRESSO E CESSAZIONE SOSPENSIONE VOLONTARIA, VARIAZIONI, SUBINGRESSO E CESSAZIONE

Articolo 51: Sospensione volontaria dell'attività di commercio in sede fissa

L'attività di vendita può essere sospesa per un periodo massimo di dodici mesi consecutivi.

Qualora l'attività di cui al comma 1 sia esercitata in forma impresa individuale, il termine di cui al comma 1 non si applica nei casi di sospensione per:

- a) malattia certificata al comune entro dieci giorni dall'inizio del periodo di sospensione;
- b) gravidanza e puerperio certificati al comune entro dieci giorni dall'inizio del periodo di sospensione;
- c) assistenza a figli minori con handicap gravi come previsto dall' articolo 33 della l. 104/1992 e dall' articolo 42 del decreto legislativo 26 marzo 2001, n. 151 (Testo unico delle disposizioni legislative in materia di tutela e sostegno della maternità e della paternità, a norma dell' articolo 15 della legge 8 marzo 2000, n. 53) da ultimo modificato dall' articolo 3, comma 106 della legge 24 dicembre 2003, n.350 .

Nell'ipotesi di cui al comma 2, lettera b), l'attività può essere sospesa per un periodo massimo cumulativo di quindici mesi.

Articolo 52: Subingresso

Il trasferimento della gestione o della proprietà dell'azienda o di un ramo di azienda, per atto tra vivi o per causa di morte, comporta il trasferimento al subentrante della titolarità del titolo abilitativo all'esercizio dell'attività commerciale.

L'atto di trasferimento dovrà avere la forma dell'atto pubblico o della scrittura privata autenticata.

Il subingresso è soggetto a comunicazione effettuata dal subentrante al comune competente per territorio.

Il subentrante deve dichiarare il trasferimento dell'attività, essere in possesso dei requisiti di di onorabilità e professionali (se richiesti in base all'attività svolta) ed impegnarsi al

mantenimento dei livelli occupazionali ed al rispetto dei contratti collettivi di lavoro e dei contratti integrativi siglati dalle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative.

La comunicazione di subingresso è effettuata allo Sportello Unico alle Imprese:

- a) entro sessanta giorni dalla data dell'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio;
- b) entro un anno dalla morte del titolare.

In caso di subingresso per causa di morte, la comunicazione è effettuata dall'erede o dagli eredi che abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'articolo 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società.

Nei casi di cui al comma precedente, qualora si tratti di attività relative al settore merceologico alimentare o alla somministrazione di alimenti e bevande, fermo restando il possesso dei requisiti di onorabilità, il subentrante ha facoltà di continuare a titolo provvisorio l'attività. Qualora entro un anno dalla data di decesso del dante causa il subentrante non dimostri il possesso dei requisiti professionali (se richiesti), salvo proroga in comprovati casi di forza maggiore, il titolo abilitativo decade.

Articolo 53: Affidamento di reparto

La gestione di uno o più reparti di un esercizio commerciale può essere affidata, per un periodo di tempo convenuto, ad un soggetto in possesso dei requisiti di onorabilità e professionali (se richiesti in base all'attività svolta) dandone comunicazione allo Sportello Unico alle Imprese.

L'atto di affidamento dovrà avere la forma dell'atto pubblico o della scrittura privata autenticata.

Il gestore è tenuto al mantenimento dei livelli occupazionali relativi al reparto di cui ha assunto la gestione ed al rispetto dei contratti collettivi di lavoro e dei contratti integrativi siglati dalle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative.

Il dante causa, qualora non abbia provveduto alla comunicazione di cui al comma 1, risponde in proprio dell'attività esercitata dal gestore.

Il reparto affidato in gestione deve presentare un collegamento strutturale con l'esercizio ove il reparto è collocato e non può avere un accesso autonomo.

Articolo 54: Cessazione dell'attività

La cessazione di una delle attività disciplinate dal presente titolo è soggetta a comunicazione al comune, da effettuarsi entro sessanta giorni dalla cessazione stessa.

Articolo 55: Rinvio

Per quanto non è previsto nel presente atto si rinvia alla disciplina del Codice del Commercio e successivi provvedimenti regionali in materia.