



CITTÀ DI COPERTINO

PIANO PER IL COMMERCIO A POSTO FISSO SU SUOLO PUBBLICO

Approvato con Del. C.C. N. 8 del 21.04.2015

Redattore Dott. Enzo Fazzi

PREMESSA

Il decreto legislativo 31 marzo 1998 n° 114 "Riforma della disciplina relativa al settore commercio" al Titolo X (art. 27,28,29 e 30) tratta il Commercio al Dettaglio su Aree Pubbliche, abroga la legge 112/91 e ss.mm.ii., l'art. 3 della legge n° 25/96, il decreto ministeriale 248/93 e ss.mm.ii. e ridisegna regole e ruoli dell'ex commercio ambulante. Tale formula è, forse, quella che ha subito le maggiori trasformazioni, rimanendo però quasi immutata nelle sue caratteristiche peculiari. Essa rappresenta la forma più antica di esercizio del commercio ed oltre a condividere i mercati presidiati dagli esercizi a posto fisso, ha costituito supplenza di offerta nelle comunità e nelle zone meno servite.

Il legislatore ha voluto assegnargli un ruolo significativo ed ha cominciato abolendo la vecchia dicitura "*commercio ambulante*" sostituendola con la medesima nomenclatura appartenente al commercio a posto fisso, aggiungendo ad entrambi una qualificazione derivante esclusivamente dal luogo sul quale viene esercitato: suolo pubblico o privato.

La precedente normativa, in qualche passaggio, ha enfatizzato l'attività del commercio su aree pubbliche, guardando con particolare interesse la nascita dei mercati giornalieri con significative proposte commerciali e con dimensioni sostenute, sino a costituire dei veri e propri "Centri commerciali".

A differenza di quanto avviene nel commercio su aree private, la disciplina di quello su aree pubbliche regola anche la

somministrazione di alimenti e bevande (art. 27 D. lgs. 114/1998).

Il legislatore definisce gli ambiti entro i quali può essere esercitata l'attività e puntualizza che area pubblica, non è solamente costituita da strade, piazze, canali, strade private gravate da servitù di pubblico passaggio, ma anche da aree private *"Qualora uno o più soggetti mettano a disposizione del Comune un'area privata, attrezzata o meno, coperta o scoperta, per l'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, essa può essere inserita fra le aree da utilizzare per fiere e mercati."*¹.

Il commercio su aree pubbliche può essere svolto:

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

Il D.Lgs. n° 114/1998 individua nelle Regioni la competenza per la stesura di apposita normativa, alla quale i comuni si informano per il rilascio delle autorizzazioni e per il dimensionamento dei mercati.

I Comuni, sulla base degli indirizzi regionali, programmano la rete distributiva al fine di assicurare un più adeguato servizio ai consumatori.

Appare evidente che debba esistere un rapporto tra le diverse forme di commercio: "Le Regioni, al fine di assicurare il servizio più idoneo a soddisfare gli interessi dei consumatori ed un adeguato equilibrio con le altre forme di distribuzione, stabiliscono, altresì *".....i criteri ai quali i comuni si devono*

¹ Art. 21 comma 1 L. R. n. 18 del 24 luglio 2001

attenere per la determinazione delle aree e del numero dei posteggi da destinare allo svolgimento dell'attività...." (art. 28 comma 13 D.Lgs 114/98).

Il legislatore regionale in data 24 Luglio 2001 emana la L.R. 18 con la quale recupera quanto previsto dal decreto legislativo n° 114/98 ed oltre alle Definizioni, alle Caratteristiche, ai Requisiti ed alla Disciplina, nel Titolo III tratta la "Programmazione del Commercio su aree pubbliche".

L'art. 10, nel definire i parametri di sviluppo del commercio su aree pubbliche, dà delega ai Comuni per la determinazione dell'ampiezza delle aree e del numero di autorizzazioni del tipo A, tenuto conto delle caratteristiche del proprio tessuto economico e di un equilibrato rapporto tra mercati e fiere e rete distributiva al dettaglio.

Si riserva, però, la facoltà di:

- a) "emanare criteri, anche consistenti in parametri numerici, per la determinazione del rapporto prima invocato.
- b) intervenire con provvedimenti autoritativi, nel caso di persistenti e gravi ostacoli alla concorrenza.

Per quel che concerne il rilascio di autorizzazioni di tipo B, la giunta regionale può determinare percentuali massime di autorizzazioni che i Comuni possono annualmente rilasciare.

Due fattori sono da mettere in risalto:

- 1) la delega ai comuni per la determinazione dell'ampiezza dei mercati
- 2) l'equilibrio tra le diverse formule di vendita.

Per quel che riguarda il punto 1), l'atteggiamento del legislatore regionale è intelligente, in quanto non è facile stabilire parametri con valenza generalizzata.

Se non vi è una analisi puntuale delle amministrazioni locali, difficilmente possono essere attribuiti parametri soddisfacenti.

Per ciò che concerne, invece, l'equilibrio tra commercio su aree pubbliche e rete distributiva, c'è da annotare qualche riserva.

Se il termine equilibrio significa rapporto tra le due formule, si rischia di tradire lo spirito del legislatore che ritiene primario il servizio al consumatore. Infatti, a fronte di un' eventuale inadeguata rete distributiva, altrettanto inadeguata sarebbe la dimensione del commercio su aree pubbliche. Qualsiasi parametro automatico di aggancio alla rete distributiva su suolo privato, non risolverebbe il problema.

Se, invece, con il termine "equilibrio" intendiamo la giusta copertura del territorio in termini di offerta sia su suolo pubblico che privato, non parleremo di rapporti, ma di presenze capaci di soddisfare il più possibile la domanda. *"Il servizio più idoneo a soddisfare gli interessi dei consumatori, viene individuato in un equilibrio con le altre formule distributive, tenuto conto della densità della rete distributiva, della popolazione residente e fluttuante..."* questo il contenuto del comma 13 dell'art. 28 del decreto legislativo n° 114/98, che privilegia indiscutibilmente gli *Interessi dei Consumatori*.

Il decreto legislativo n° 59 del 26 marzo 2010 (in attuazione della Direttiva CEE 2006/123) al comma 3 dell'articolo 70,

rettifica il tiro, mitigando la assoluta priorità dell'interesse del consumatore e inserisce importanti puntualizzazioni: *"limitatamente ai casi in cui ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale e sociale, di viabilità rendano impossibile consentire ulteriori flussi di acquisto nella zona senza incidere in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo, in particolare per il consumo di alcolici e senza ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità. In ogni caso resta ferma la finalità di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale e sono vietati criteri legati alla verifica di natura economica o fondati sulla prova dell'esistenza di un bisogno economico o sulla prova di una domanda di mercato, quali entità delle vendite di prodotti alimentari e non alimentari e presenza di altri operatori su aree pubbliche"*.

Come si può facilmente notare, il diritto del consumatore trova un limite nel diritto dei residenti delle zone interessate alla mobilità ed alla vivibilità del territorio, un limite al flusso viario, un limite alla salvaguardia del pregio artistico, storico, architettonico ed ambientale. Non sono possibili limitazioni che, invece, riguardano valutazioni di natura economica.

Questo, a nostro avviso, stride con quanto invocato dal legislatore in termini di equilibrio distributivo.

L'equilibrio implica una valutazione quantitativa che ovviamente è legata ad una analisi economica.

In alcune realtà, potremmo avere una proposta commerciale su suolo pubblico, più consistente di quella esercitata su suolo privato.

I comuni di modeste dimensioni sono spesso carenti in alcuni settori merceologici, se non addirittura privi a causa di una ridotta domanda. Il comma 17 dell'art. 28 del D.Lgs. 114/98 prevede addirittura delle agevolazioni in comuni e frazioni sino a 3000 abitanti dove verosimilmente può essere insufficiente la rete distributiva su suolo privato, in particolar modo per quel che concerne il settore no food.

DEFINIZIONI

Appare opportuno, prima di proseguire, soffermarsi a chiarire alcuni concetti.

Per commercio su aree pubbliche, secondo il disposto dell'art. 27 comma 1 lett. A) del citato D.lgs. n° 114/98, si intende *"L'attività di vendita di merci al dettaglio e la somministrazione di alimenti e bevande effettuate su aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo sulle aree private delle quali il Comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte"*.

Ne consegue che per commerciante su aree pubbliche s'intende colui che professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende al dettaglio o somministra al pubblico alimenti e bevande su aree pubbliche, delle quali abbia ottenuto la concessione o in forma itinerante.

Per spuntista, l'operatore che, non essendo titolare di concessione di posteggio, aspira ad occupare, occasionalmente, un posto non occupato in concessione o non ancora assegnato.

Per aree pubbliche, si intendono *" le aree pubbliche, le strade, i canali, le piazze, comprese quelle di proprietà privata, gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico"*.

Per mercato s'intende *" l'area pubblica o privata della quale il Comune abbia la disponibilità, composta da più posteggi, attrezzata o meno (coperta o scoperta) e destinata all'esercizio dell'attività per uno o più o tutti i giorni della settimana o del*

mese per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la somministrazione di alimenti e bevande , l'erogazione di pubblici servizi".

Per posteggio s'intende la parte di area pubblica o di area privata della quale il Comune abbia la disponibilità che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività commerciale.

Per commercio con concessione di posteggio isolato a mezzo chiosco, si intende l'attività di vendita a mezzo manufatto chiuso di dimensioni contenute generalmente prefabbricato e strutturalmente durevole, posato su suolo pubblico, non rimovibile al termine della giornata, di prodotti alimentari e non alimentari al di fuori dell'area mercatale.

Il commercio può essere svolto nei seguenti modi:

1. Su aree date in concessione o assegnate per un periodo di tempo pluriennale per essere utilizzate quotidianamente dai venditori;
2. Su aree date in concessione per un periodo di tempo pluriennale per essere utilizzate solo in giorni stabiliti della settimana;
3. Su aree date in concessione per un periodo di tempo pluriennale per essere utilizzate solo in alcuni giorni dell'anno, in cui si svolgono particolare manifestazioni (feste, fiere, sagre...);
4. in forma itinerante nei limiti stabiliti dall'Amministrazione comunale.

ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ

L'art. 70 del già citato Decreto Legislativo n° 59 del 2010 ammette all'esercizio dell'attività commerciale su suolo pubblico anche le società di capitali. Pertanto il comma 2 dell'articolo 28 del decreto legislativo n° 114/98 è sostituito dalla seguente dicitura: *"l'esercizio dell'attività di cui al comma 1 è soggetto ad apposita autorizzazione rilasciata a persone fisiche, a società di persone, a società di capitali regolarmente costituite o cooperative"*.

Questa apparente semplice appendice potrebbe sembrare ininfluenza, mentre in realtà non lo è nel modo più assoluto.

La volontà precedente del legislatore era volta al sostegno dei piccoli operatori, con chiara esclusione di aziende medie e grandi.

A fronte di un continuo restringimento degli spazi di agibilità del piccolo commercio, quello esercitato sulle aree pubbliche appariva un'oasi di speranza per i piccoli.

Noi non crediamo che in un immediato futuro possa esserci un interesse da parte dei gruppi organizzati, però, con la modifica apportata, crolla quella tutela sin qui voluta dal legislatore.

RICOGNIZIONE DEL MERCATO ATTUALE

In apertura, abbiamo tracciato per sommi capi i momenti salienti della riforma e lo spirito con il quale il legislatore si è avvicinato al commercio su aree pubbliche. Qui è opportuno riportare quanto recitato dall'art. 2 della legge regionale n° 18/01: il comma 1 fa il distinguo tra le autorizzazioni per l'esercizio del commercio con uso del posteggio (A) e senza posteggio (B), ex itineranti.

Definisce poi i vari atti comunali riferiti a:

- concessione del posteggio (utilizzo dello stesso nell'ambito di un mercato o fiera).
- società di persone, soc. in nome collettivo ed in accomandita semplice, società di capitali e cooperative.
- recupera i settori merceologici rinviando al D.lgs. n° 114/98 la loro ripartizione.
- per il possesso dei requisiti di accesso rinvia a quanto stabilito dal citato decreto.
- ridefinisce il produttore agricolo.

Nella ricognizione del mercato, faremo il distinguo fra le diverse attività suddividendole in 5 categorie:

1. Alimentari
2. Non Alimentari
3. Somministrazioni
4. Produttori Agricoli
5. Edicole

Tale suddivisione costituisce la sintesi della generalità delle categorie merceologiche utilizzabili secondo l'elenco dell'allegato A) della L.R. 18/01 che qui riportiamo:

1. Alimentari
2. Non Alimentari
3. Somministrazioni
4. Produttori Agricoli
5. Edicole

Tale suddivisione costituisce la sintesi della generalità delle categorie merceologiche utilizzabili secondo l'elenco dell'allegato

A) della L.R. 18/01 che qui riportiamo:

- 1) Alimentari in genere, carni e prodotti a base di carni;
- 2) Prodotti alimentari tipici di provenienza pugliese;
- 3) frutta e verdura;
- 4) pesci, crostacei e molluschi;
- 5) pane, pasticceria e dolci;
- 6) bevande;
- 7) cosmetici e articoli di profumeria;
- 8) prodotti tessili, biancheria;
- 9) articoli di abbigliamento e pellicceria;
- 10) accessori dell'abbigliamento;
- 11) calzature e articoli in cuoio;
- 12) mobili, articoli di illuminazione;
- 13) casalinghi;
- 14) elettrodomestici, radio TV;
- 15) dischi, musicassette e strumenti musicali;
- 16) ferramenta, vernici, giardinaggio, articoli igienico-sanitari e da costruzione;
- 17) libri, giornali, cartoleria;
- 18) fiori e piante;
- 19) animali e articoli per l'agricoltura;
- 20) accessori per auto-moto-cicli;
- 21) prodotti dell'artigianato tipico pugliese;
- 22) altri prodotti.

TIPOLOGIA DEI MERCATI

L'insieme delle attività operanti su suolo pubblico è molto diverso da comune a comune, in alcune realtà assume fondamentale importanza, in altre costituisce una parte marginale dell'attività commerciale, le ragioni non sono facilmente riconducibili alla dimensione del paese o alla connotazione urbanistica.

La tradizione e la posizione di centralità rispetto a mercati limitrofi possono rappresentare un indubbio motivo di riferimento e diversificazione. Il nostro comune non possiede una tradizione mercatale rilevante, di conseguenza l'ampiezza dei mercati è modesta rispetto al numero degli abitanti e della loro capacità di spesa.

L'universo degli esercizi su suolo pubblico comprende più realtà:

- I mercati giornalieri
- I mercati settimanali o bisettimanali
- I mercati itineranti
- Le fiere e sagre
- Le feste patronali

Vediamo specificatamente per ogni tipologia la situazione nella nostra città.

MERCATI GIORNALIERI

Il mercato giornaliero si svolge prevalentemente: nel mercato coperto ed in alcuni chioschi che dettaglieremo meglio in seguito, nessuna postazione è stata individuata come mercato giornaliero per gli agricoltori e residue categorie.

Nel Mercato Coperto insistono 28 box di diversa dimensione e due banchi scoperti. Ventitre sono quelli attualmente occupati e cinque sono liberi. I 23 box occupati non corrispondono ad altrettante attività in quanto si è proceduto sia ad accorpamenti di locali che al loro improprio utilizzo come deposito. Prima di scendere nel dettaglio sono opportune alcune puntualizzazioni sullo stato di conservazione del mercato e soprattutto sulle possibilità di fruizione di una struttura che per posizione topografica, per tipologia architettonica, per vocazione commerciale, potrebbe costituire una reale possibilità di significativo sviluppo e non di costante regresso. Il nostro mercato pur essendo stato realizzato in tempi lontani dall'attuale concezione del commercio, rappresenta un esempio quasi perfetto di quel che dovrebbe essere un centro commerciale all'aperto: i locali sono posti in corona circolare nei confronti di una piazza che invece di rappresentare uno spazio libero con un grande effetto vetrina, è occupata costantemente da automezzi che limitano la visibilità e la vivibilità del luogo oltre che costituire fonte di inquinamento per i prodotti che si commercializzano.

Ovviamente questo momento programmatico è da intendersi come analisi quantitativa dell'offerta e conseguente possibilità di stabilizzazione o di sviluppo della stessa.

Anche se una eventuale rivisitazione del mercato coperto potrà essere intrapresa mediante altre iniziative amministrative, non si può tacere sui vantaggi che ne deriverebbero sia agli operatori che ai consumatori.

In particolar modo va evidenziato che con il passare del tempo va sempre più restringendosi lo spazio riservato ai piccoli esercenti operanti nei tradizionali negozi su suolo privato; la crescita delle medie e grandi strutture, sta relegando in spazi sempre più angusti la categoria dei "*Piccoli*". Il luogo geometrico più consono a quest'ultima categoria è costituito proprio dai mercati coperti e dalle aree attrezzate dislocate in punti strategici della città.

Vediamo di seguito il prospetto riportante la situazione del mercato coperto che fotografa una situazione in continua mutazione sia in termini di offerta merceologica che di successivi accorpamenti:

² Un progetto ad hoc potrebbe prevedere un efficace arredo ed un divieto sia di sosta che di passaggio agli automezzi. Desta estremo stupore il fatto che gli operatori non si rendano conto di quanto i loro automezzi li danneggino!

Box N.	Superficie	Attività
N. 12	34.71	Alimentari
N. 24-25	106	Alimentari
N. 10	35	Carni
N. 13	24	Carni
N. 15	23	Carni
N. 17	43	Carni
N. 18	12.5	Carni
N. 2	19	Carni
N.26	20.45	Carni
N.27	24	Carni
N. 28	21	Carni
N. 3	20	Carni
N. 4	20	Carni
N. 5	39	Carni
N. 7	19	Carni
N. 8	19	Carni
N. 14	24	Deposito
N. 16	24	Deposito
N. 23	18.94	Deposito
N. 6	19.3	Deposito
N.1	20	Frutta
N. 9	20	Frutta
N. 11	24.7	libero
N. 19	12	libero
N. 20	15	libero
N. 21	12	libero
N. 22	11.5	libero

Al momento della rilevazione abbiamo la su esposta situazione. Come si può notare la superficie di vendita (non indifferente) è distribuita solo fra tre settori merceologici:salumeria, frutta e carni, in particolare queste ultime da sole occupano più del 60% della superficie. Anche se i box occupati dalle macellerie sono 15, gli operatori sono 7, comunque rappresentano un numero eccessivo; il Mercato Coperto può e deve costituire un punto di riferimento per una pluralità di merceologie, i consumatori

devono potersi rivolgere a questo canale distributivo alla stessa stregua dei moderni centri commerciali. Spesso invece i clienti vengono respinti da queste formule specialmente nei piccoli centri dove la conoscenza tra consumatori ed esercenti è molto ricorrente, ed il dover scegliere crea indubbio imbarazzo.

Una più razionale distribuzione merceologica ed una più consistente proposta commerciale può risolvere tanti problemi.

POSTAZIONI A CARATTERE GIORNALIERO

Nei vari comuni della provincia vi è un numero variabile di posteggi disseminati sul territorio, spesso la prevalenza è rappresentata dagli agricoltori ma non mancano altri settori merceologici.

A Copertino, probabilmente a causa della conformazione della città che non presenta molti spazi idonei ad ospitare in maniera fissa bancarelle o automezzi, vi sono pochissimi posteggi al di fuori delle aree mercatali. Le uniche richieste pervenute sono quelle relative all'utilizzo di automezzi specializzati per la somministrazione e di postazioni con utilizzo di chioschi.

CHIOSCHI

La formula più richiesta di attività a posto fisso su area pubblica è rappresentata dai chioschi: per ora questi rappresentano la tipologia quasi unica anche perché le attività in essi svolte non potrebbero trovare una diversa allocazione.

L'attuale situazione è la seguente:

TIPOLOGIA	UBICAZIONE	SUPERFICIE
Somministrazione (Furgone Negozio)	Parco Grottella	27
Somministrazione	Via Mogadiscio	20
Somministrazione	Via Turati	24
Somministrazione	Via Pompei angolo via Curie	15
Somministrazione.	via Sanzio angolo via Lucania	16
Giornali e Riviste	Via Bengasi zona antistante Ospedale	17
Giornali e Riviste	Via Colaci	15
Giornali e Riviste	Via Lecce	9

In riepilogo vediamo superfici e numeri per tipo di attività:

	SUPERFICIE				
	Alimentare	Non Alim.	Agricoltori	Somminist razione	Giornali e riviste
Mercato Coperto	681		40		
Aree Pubbliche				102	41
TOTALE	681		40	102	41

	NUMERO				
	Alimentare	Non Alim.	Agricoltori	Somministrazione	Giornali e riviste
Mercato Coperto	28		2		
Aree Pubbliche				5	3
TOTALE	28		2	5	3

In totale disponiamo di 864 mq. di superficie per 38 postazioni. Come abbiamo già visto non tutte le postazioni sono occupate: 5 sono libere, di quelle occupate 4 sono destinate ad un utilizzo improprio, (deposito). Ai fini della nostra analisi dobbiamo misurare la portata dell'esistente prima di individuare nuovi possibili sviluppi.

MERCATI SETTIMANALI

Da sempre il mercato settimanale ha rappresentato uno dei momenti più importanti del commercio su aree pubbliche, il suo fascino ha contribuito alla sopravvivenza di alcune categorie di operatori che altrimenti non avrebbero più avuto spazi di agibilità a causa della concorrenza sempre più massiccia della grande distribuzione. Nel passato la scarsa sensibilità verso l'igiene consentiva ad una ricca schiera di operatori del settore alimentare di poter vendere le merci senza molte prescrizioni, oggi le misure sempre più restrittive dettano norme ben precise per la vendita di prodotti alimentari, sono poche le aree mercatali in regola, di conseguenza gli unici spazi utilizzabili sono quelli occupati da mezzi provvisti di autorizzazione ministeriale. La nostra area mercatale non è in linea con le direttive previste, di conseguenza la presenza di operatori del settore alimentare si riduce ad un solo operatore.

Il mercato si effettua in zona Gelsi nel giorno di Martedì.

In totale vi sono 175 operatori di cui solo uno per il settore alimentare con una superficie di 40 mq. e 174 per il settore non alimentare con una superficie totale di 7.120 mq.

Rapporto tra Esercizi a Posto Fisso su Suolo Privato e Pubblico

Della volontà del legislatore per il rispetto dei rapporti tra i diversi canali distributivi e del loro significato, abbiamo già parlato. Abbiamo evidenziato che non può esserci un mero rapporto numerico, e abbiamo considerato che a volte una scarsa offerta commerciale nell'attività del commercio a posto fisso su suolo privato, può favorire una maggiore presenza del commercio su suolo pubblico.

In sede di analisi della domanda nel nostro comune, abbiamo individuato percentuali e di conseguenza fatturati catturati dal canale in esame.

Per una visione organica, vediamo un riepilogo:

Numero Esercizi:

Numero Esercizi		
	Alimentari	Non Alimentari
Suolo Privato	81	210
Suolo Pubblico	30	182
TOTALE	111	392
RAPPORTO	27,0%	46,4%

Nel prospetto abbiamo indicato il numero delle attività operanti sia su suolo privato che pubblico, le attività su suolo pubblico comprendono sia gli esercizi a frequenza giornaliera che settimanale.

Numericamente gli esercizi su suolo pubblico del settore alimentare incidono per il 27% sul totale, mentre quelli del settore non alimentare superano il 46%. Nel totale gli esercizi su suolo pubblico godono di una percentuale pari al 42%.

Sino alla fine degli anni '80 il rapporto tra gli ex ambulanti ed esercenti a posto fisso era al di sotto delle attuali medie: in totale gli ambulanti sfioravano il 32%.

Il numero degli esercenti del settore alimentare è diminuito, sia per i motivi legati a rigide norme igienico sanitarie che alla introduzione obbligatoria dei misuratori fiscali ed alla pressione concorrenziale delle catene d'acquisto della grande distribuzione e della distribuzione organizzata.

Per quel che concerne le superfici i rapporti sono i seguenti:

Superficie Esercizi		
	Alimentari	Non Alimentari
Suolo Privato	10.834	31.368
Suolo Pubblico	823	7.943
TOTALE	11.657	39.311
RAPPORTO	7,1%	20,2%

Qui le percentuali sono decisamente più basse e lo sarebbero ancor più se le superfici relative al mercato settimanale venissero ricondotte a mercato giornaliero per avere un confronto più adeguato.

Come si può facilmente desumere, i riferimenti ai rapporti richiamati dal legislatore, non possono essere individuati in modo

semplice. Un mercato deve essere dimensionato sulla base di una programmazione comunale che tenga conto della evoluzione del mercato in funzione delle ubicazioni, dell'accessibilità, e delle richieste degli operatori.

Nel nostro comune, come abbiamo avuto modo di verificare, vi sono posteggi disponibili non ancora assegnati, ma questo non ci autorizza a considerare saturo il mercato. Abbiamo evidenziato le ragioni che non rendono appetibili i posteggi nel mercato coperto, così come non risulta conveniente l'utilizzo di posteggi disseminati sul territorio, in quanto non vi sono adeguati spazi nella perimetrazione urbana.

MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

Un altro momento di attrattiva è costituito dalle Fiere, a prescindere dalla loro dimensione. In molti comuni sono abbinate ad eventi religiosi assumendone la denominazione. Un tempo quasi tutte le fiere trattavano principalmente bestiame, attrezzi agricoli, accessori e finimenti, cordami e scale; oggi le fiere, anche quando sono di modeste dimensioni, presentano una innumerevole gamma di prodotti. Così come è avvenuto per le aree mercatali, anche per le fiere si è cominciato a legiferare in modo organico.

Nel gennaio del 2001, con la L. n. 7: "Legge quadro sul settore fieristico" vengono stabiliti i principi fondamentali in materia di attività fieristiche ai sensi dell'art. 117 della Costituzione ed in conformità con la normativa dell'Unione Europea. La manifestazione fieristica viene definita come "attività commerciale svolta in via ordinaria *"...per la presentazione, promozione o la commercializzazione limitate nel tempo, di beni e servizi.... "* Le manifestazioni vengono suddivise in tre tipologie principali:

1. "Fiere Generali" (senza limitazione merceologica)
2. "Fiere Specializzate" (Limitate ad uno o più settori omogenei con contrattazione solo su campione)
3. "Mostre Mercato" (Limitate ad uno o più settori omogenei, diretti alla promozione o anche alla vendita)

Tali Manifestazioni sono qualificate a seconda della loro rilevanza

ed al loro grado di rappresentatività in: Internazionali, Nazionali, Regionali e Locali. I vari riconoscimenti, sono di competenza:

- del Ministero dell'Industria sentito eventualmente il comitato tecnico-consultivo, per le fiere Internazionali,
- delle Regioni e delle Province autonome per la qualificazione di rilevanza nazionale o regionale.
- dei comuni per la qualificazione di rilevanza locale.

In questa sede tratteremo solamente le fiere a qualificazione locale visto che nel nostro comune è presente solamente questa tipologia.

MANIFESTAZIONI LOCALI

FIERE

A Copertino si svolge un'unica fiera nella giornata del 1° maggio ed è da catalogare tra le fiere specializzate in quanto si tratta di una fiera di bestiame. Forse rappresenta una delle poche residue nel Salento. Nella vicina Galatina si svolgeva una fiera storica che attualmente si è trasformata più in avvenimento culturale che economico. La nostra fiera si svolge in via Vittorio Emanuele III nello spazio antistante il nuovo stadio.

Festa del Patrono

La festa del Patrono è un momento molto importante per la città; storicamente è una delle feste patronali con il maggior flusso di visitatori, si svolge nei giorni 17,18 e 19 Settembre. I posteggi sono ubicati in tutto il centro storico ed aree limitrofe.

Attualmente i posteggi sono gestiti dal comitato feste ed il loro numero e la dimensione variano di anno in anno.

Un regolare dimensionamento sarà approntato e tradotto in planimetria che verrà successivamente allegata al presente piano.

Determinazione Nuovi Posteggi

Nell'analisi sui consumi effettuata con la programmazione della rete distributiva su suolo privato, è stata prevista una fetta consistente di fatturato canalizzata attraverso gli esercizi su suolo pubblico, fetta di fatturato che, almeno per quel che concerne il settore alimentare, è superiore a quanto offerto dall'attuale consistenza della distribuzione su suolo pubblico.

Questo ci spingerebbe a considerare che vi siano spazi di manovra per un ampliamento dell'offerta commerciale.

In realtà, come accennato in precedenza, il nostro comune non dispone di sufficienti aree per una adeguata dotazione di posteggi, manca la possibilità di rinvenire spazi capaci di consentire ai consumatori la sosta dei mezzi di locomozione.

Per queste ragioni si è avuto un fiorire di attività in posteggi con utilizzo di chioschi e furgoni negozio.

Tali interventi non hanno soddisfatto le aspettative degli operatori né risposto al principio di equilibrio distributivo tra le diverse formule di vendita richiamato sia dal legislatore nazionale che regionale. Quest'ultimo ha previsto l'utilizzo di parametri numerici per l'individuazione delle dotazioni di posteggi ed ha espresso una riserva formale di intervento nel caso di persistenti e gravi ostacoli alla concorrenza.

È evidente però che la capacità programmatoria del Comune si fonda su una analisi articolata che supera i freddi numeri e sposa

l'armonia distributiva, senza perdere di vista il rispetto del territorio.

Per far fronte a questi problemi sono state individuate aree da utilizzare sia come chioschi che come posteggi.

Nell'ambito di un programma di riqualificazione urbana è prevista la realizzazione dei seguenti chioschi, individuati come da allegata planimetria:

Via Carmiano (Zona antistante ospedale)

- chiosco frutta e verdura
- chiosco piante e fiori

Area Cimitero

- chiosco piante e fiori

Zona industriale

- Chiosco somministrazione

Zona Paiana

- Chiosco somministrazione

Via Pompei

- Chiosco frutta e verdura

Villa comunale

- Chiosco somministrazione

Via Vittorio Emanuele (prossimità Piazzetta Baden Powell)

- un chiosco edicola (a seguito di spostamento dell'edicola esistente sulla stessa via presso il vecchio ospedale, oppure con nuova opera)

NUOVI POSTEGGI (con negozio furgonato)

- 1 Zona Grottella
- 1 Zona Piazza Immacolata
- 1 Zona Gelsi

LIMITI DI STAZIONAMENTO
PER COMMERCIO IN FORMA ITINERANTE

Al fine di garantire la sostenibilità ambientale e sociale della viabilità e al fine di salvaguardare le zone di pregio storico-artistico non è consentito un ulteriore flusso di acquisto costituito dal commercio in forma itinerante nei pressi dei luoghi sotto indicati:

- Centro storico (z.t.o. A1 del vigente PRG)
- Piazza Umberto
- Via Garibaldi
- Via Mariano
- Via Re Galantuomo
- Via Evangelista Menga
- Piazza Mazzini

DISCIPLINA RELATIVA AI CHIOSCHI

Con la definizione "chiosco" s'intende quel manufatto isolato, di dimensioni contenute, generalmente prefabbricato e strutturalmente durevole, tradizionalmente concepito per la vendita di generi diversi, posto sul suolo pubblico, ovvero privato gravato da servitù di uso pubblico a seguito di concessione a titolo precario rilasciata dalla civica amministrazione.

La presente regolamentazione definisce le caratteristiche formali e dimensionali dei chioschi, dopo aver individuato le tipologie delle ubicazioni possibili nell'ambito del territorio, nonché la procedura per il conseguimento della specifica concessione a titolo precario.

Le presenti disposizioni si applicano ai chioschi per le attività di somministrazione di alimenti e bevande e per altre attività commerciali.

I soggetti interessati all'ottenimento della concessione per l'allocazione del chiosco dovranno ottenere preventiva concessione da parte dell'Ufficio Commercio – SUAP del Comune.

Ai fini dell'ottenimento della concessione di cui sopra, l'interessato dovrà presentare formale istanza in bollo, indirizzata allo Sportello Unico delle Attività Produttive, corredata dalla seguente documentazione:

- progetto in n° 3 copie, completo di relazione tecnica
- fotografie a colori del luogo interessato dall'inserimento del posto

La tutela del paesaggio è prioritaria rispetto a qualsiasi istanza di natura commerciale. Il Responsabile dell'Ufficio, competente al rilascio dell'autorizzazione amministrativa, può richiedere particolari accorgimenti, affinché la struttura sia in conformità con il suddetto paesaggio e con l'ambiente circostante.

Il chiosco dovrà essere, a cura e spese del titolare dell'attività, temporaneamente rimosso, qualora si verifichi la necessità di intervenire sul suolo o nel sottosuolo pubblico con opere di manutenzione.

Le caratteristiche dei chioschi dovranno essere conformi a quanto disposto dagli artt. 96, 137, 138 del vigente Regolamento Edilizio Comunale.

NORME DI ATTUAZIONE

ESERCIZI SU AREE PUBBLICHE

Le norme in oggetto si applicano a tutti gli operatori di commercio su aree pubbliche, nonché ai produttori agricoli.

Ai fini della legge regionale n° 18 del 24 luglio 2001 si intendono:

- per autorizzazioni di tipo A, quelle esercitate su suolo pubblico mediante l'uso di posteggio;
- per autorizzazioni di tipo B, quelle esercitate in forma itinerante;
- per concessione di posteggio, l'atto comunale che consente l'utilizzo di un posteggio nell'ambito di un mercato o di una fiera;
- per società di persone, le società in nome collettivo ed i accomandita semplice;
- per settori merceologici, quelli previsti dal D.lgs. n° 114/98;
- per requisiti soggettivi, quelli previsti dall'art. 1 del d. lgs. 59/2010;
- per produttori agricoli, i soggetti in possesso dell'autorizzazione rilasciata ai sensi della L. 59/63;
- per mercato, l'area pubblica o privata della quale il comune abbia la disponibilità;
- per mercato straordinario, l'edizione aggiuntiva del mercato che si svolge in giorni diversi da quelli previsti, senza rassegnazione dei posteggi;

- per fiera, la manifestazione caratterizzata dall'afflusso nei giorni stabiliti sulle aree pubbliche o private delle quali il comune abbia la disponibilità.

Il D.Lgs. 114/98 che disciplina ex novo il settore del commercio, con l'art. 26 ha abrogato le previgenti norme che regolavano il settore e le 14 tabelle merceologiche, stabilendo con l'art. 5 comma 1 che l'attività commerciale può essere esercitata con riferimento a settori merceologici "alimentari" e "non alimentari". Ne discende che tutti gli esercenti a posto fisso e su aree pubbliche sono autorizzati a porre in vendita tutti i prodotti del settore merceologico "alimentare" e "non alimentare" o entrambi, sulla base delle autorizzazioni possedute.

In allegato alla Legge Regionale e solo ai fini di un'omogenea ripartizione dei posteggi nelle fiere e nei mercati, abbiamo le seguenti specializzazioni merceologiche :

- 1) Alimentari in genere, carni e prodotti a base di carni;
- 2) Prodotti alimentari tipici di provenienza pugliese;
- 3) frutta e verdura;
- 4) pesci, crostacei e molluschi;
- 5) pane, pasticceria e dolci;
- 6) bevande;
- 7) cosmetici e articoli di profumeria;
- 8) prodotti tessili, biancheria;
- 9) articoli di abbigliamento e pellicceria;
- 10) accessori dell'abbigliamento;
- 11) calzature e articoli in cuoio;

- 12) mobili, articoli di illuminazione;
- 13) casalinghi;
- 14) elettrodomestici, radio TV;
- 15) dischi, musicassette e strumenti musicali;
- 16) ferramenta, vernici, giardinaggio, articoli igienico-sanitari e da costruzione;
- 17) libri, giornali, cartoleria;
- 18) fiori e piante;
- 19) animali e articoli per l'agricoltura;
- 20) accessori per auto-moto-cicli;
- 21) prodotti dell'artigianato tipico pugliese;
- 22) altri prodotti.

REQUISITI PER L'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ

Il commercio su aree pubbliche può essere svolto da persone fisiche, da società di persone e da società di capitali ed è subordinato al possesso dei requisiti previsti dal d.lgs. 59/2010, art.71.

L'aggiunta di un settore merceologico sottostà alla sola verifica dei requisiti soggettivi.

È ammesso il rilascio di più autorizzazioni a favore del medesimo soggetto. È consentita la rappresentanza del titolare, da parte di un coadiutore, dipendente o socio, a condizione che sia munito di delega.

Le concessioni hanno validità decennale. Le concessioni si intendono rinnovate per ulteriori dieci anni, a meno che l'Amministrazione non abbia comunicato al concessionario, almeno sei mesi prima della scadenza, di non procedere al rinnovo, previa apposita e motivata deliberazione del consiglio comunale.

Alla scadenza, l'Amministrazione Comunale provvede a verificare la sussistenza, in capo al concessionario, dei requisiti necessari per l'esercizio dell'attività.

Nel caso in cui l'area destinata a posteggio non sia di proprietà comunale, la validità temporale della concessione potrà essere vincolata alla disponibilità dell'area da parte dell'amministrazione.

Orari Di Svolgimento Delle Attività Commerciali Su Aree Pubbliche

L'art. 28 comma 12 del D.Lgs. n° 114 del 1998 stabilisce , in merito agli orari di vendita al dettaglio sulle aree pubbliche : “ *Le Regioni determinano altresì gli indirizzi in materia di orari, ferma restando la competenza in capo al Sindaco a fissare i medesimi*”.

L'articolo 18 della L. R. n.18 del 24 luglio 2001 tratta nel dettaglio il tema: pone come norma che in assenza di particolari esigenze, l'orario degli operatori su aree pubbliche in forma itinerante deve coincidere con quello stabilito per gli esercizi al dettaglio; l'orario dei mercati deve tenere conto delle esigenze di approvvigionamento nelle prime ore del mattino; orari particolari possono essere previsti per l'esercizio di commercio su aree pubbliche con somministrazione di alimenti e bevande.

PUBBLICITA' DEI PREZZI

L'art. 14 del D.Lgs. 114/1998 stabilisce che *"I prodotti esposti per la vendita al dettaglio...su aree pubbliche o su banchi di vendita, ovunque collocati, debbano indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo"*.

Tale disciplina è stata integrata con il D.Lgs. n° 206 del 06 settembre 2005 " Codice del Consumo" emanato in attuazione di diverse direttive CEE.

PROCEDURA RILASCIO AUTORIZZAZIONI TIPO A

Le domande di rilascio dell'autorizzazione e della relativa concessione di posteggio, sono inoltrate a mezzo pec, sulla base delle indicazioni previste in apposito bando.²

Il bando conterrà l'indicazione dei posteggi, la loro ubicazione, la loro ampiezza e i criteri di priorità di accoglimento.

In particolare, verrà elaborata apposita graduatoria, secondo il criterio del più alto numero di presenze registrate sul mercato, oggetto della domanda e dell'anzianità d'iscrizione a registro delle Imprese o mediante sorteggio, in caso di parità.

Le domande possono essere inoltrate ai comuni a partire dalla pubblicazione del bando, nelle forme di legge. Entro il termine indicato nel bando stesso il comune esamina le domande regolarmente pervenute e rilascia l'autorizzazione e la contestuale concessione.

I criteri di priorità, informati all'art. 6 della L.R. n° 18/2001, vengono elencati nel bando.

Sono esclusi dalle modalità previste dall'articolo summenzionato le concessioni da rilasciare a:

- prodotti agricoli
- soggetti portatori di handicap o associazioni di commercio equo e solidale entro i limiti del 5% dei posteggi del mercato.

² La medesima procedura vale per i Posteggi Isolati a mezzo chiosco.

SUBINGRESSO NELLE AUTORIZZAZIONI DI TIPO A

Nell'ipotesi di cessione in proprietà per atto tra vivi, il cessionario provvede ad inoltrare al Comune, entro sessanta giorni, la comunicazione di sub-ingresso, sottoscritta anche dal cedente allegando copia dell'autorizzazione e l'autocertificazione del possesso dei requisiti soggettivi.

Se il cessionario non dovesse possedere i requisiti al momento del trasferimento, l'esercizio dell'attività e la reintestazione rimangono sospesi sino al loro ottenimento, che deve avvenire nel termine massimo di un anno.

Nel caso di cessione per causa mortis è possibile l'esercizio anche in assenza dei requisiti, ma solo per la durata massima di mesi 6. Non è ammessa la cessione dell'attività relativamente ad uno o alcuni giorni per i quali è stato autorizzato l'uso del parcheggio.

Il cambiamento di residenza deve essere comunicato al Comune obbligatoriamente entro trenta giorni.

AUTORIZZAZIONE DEL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE IN FORMA ITINERANTE DI TIPO B

L'art. 70 comma 2 del decreto legislativo 26 marzo 2010 n. 59, (attuazione della direttiva CE 2006/123) sostituisce il comma 4 dell'art. 28 del D. Lgs. n°114/98 con la seguente dicitura: *"l'autorizzazione all'esercizio dell'attività di vendita sulle aree pubbliche esclusivamente in forma itinerante è rilasciata, in base alla normativa emanata dalla regione, dal comune nel quale il richiedente, persona fisica o giuridica, intende avviare l'attività. L'autorizzazione di cui al presente comma abilita anche alla vendita al domicilio del consumatore, nonché nei locali ove questi si trovi per motivi di lavoro, di studio, di cura, di intrattenimento o svago"*.

L'articolo sostituito prevedeva che il rilascio dell'autorizzazione fosse di competenza del Comune di residenza.

La volontà del legislatore è imperniata sulla facilitazione all'accesso al commercio, la possibilità di poter avviare una attività in una località diversa dal Comune di residenza non deve costringere il richiedente a intraprendere un apposito viaggio verso la sua città d'origine.

L'autorizzazione abilita:

- all'esercizio del commercio in forma itinerante;
- all'esercizio del commercio nelle fiere;

- all'esercizio del commercio nell'ambito dei mercati limitatamente ai posteggi non assegnati o provvisoriamente non occupati;
- alla vendita a domicilio;

L'esercizio del commercio itinerante consente di effettuare soste per il tempo necessario a servire la clientela, per un periodo comunque non superiore ad un'ora, con obbligo di spostamento di almeno 500 metri, con divieto di ritorno nel medesimo punto nell'arco della giornata.

Le domande di rilascio dell'autorizzazione sono inoltrate a mezzo pec al Comune e si intende accolta qualora non intervenga il diniego entro il termine di 90 giorni. I cambiamenti di residenza devono essere comunicati al Comune nel quale è stata rilasciata l'autorizzazione entro trenta giorni.

AUTORIZZAZIONI STAGIONALI E TEMPORANEE

La normativa nazionale non fa cenno alcuno alla possibilità di rilascio di autorizzazioni stagionali o temporanee, nulla stabilendo in merito.

Malgrado la non chiarezza della situazione normativa, si ritiene che sia ammesso, a carattere generale, il rilascio delle autorizzazioni stagionali e temporanee per il commercio su aree pubbliche. Le autorizzazioni temporanee per l'esercizio di vendita su aree pubbliche, con validità limitata alle sole giornate in cui si verifica l'eccezionale afflusso di persone nel territorio del Comune o della zona, possono essere rilasciate nell'ambito di iniziative tese a promuovere il territorio e/o le attività produttive o commerciali, per iniziative commerciali di specifica tipologia, nell'ambito di iniziative sportive, culturali o altre riunioni straordinarie di persone.

Altro tipo di assegnazioni temporanee sono quelle relative a *"posteggi occasionalmente liberi o in attesa di assegnazione..."* dei mercati, effettuate dal Comune di volta in volta tenendo conto dei criteri di cui all'articolo 6, comma 4, della L. R. n. 18 del 24 luglio 2001, indipendentemente dai prodotti trattati.

Le autorizzazioni stagionali sono limitate ad un periodo di tempo, anche se frazionato, non inferiore a 29 giorni e non superiore a 180 giorni per ogni anno solare e sono riferite alla commercializzazione di particolari prodotti stagionali o che interessano periodi particolari legati a flussi turistici stagionali.

L'autorizzazione viene rilasciata per il periodo di stagione interessato, secondo le richieste degli operatori e compatibilmente con il presente piano.

Il rilascio di queste autorizzazioni non è assoggettato a contingentamento o a condizionamenti.

CESSIONE IN PROPRIETÀ O GESTIONE

È consentita la cessione in proprietà o gestione per atto tra vivi.

Il cessionario comunica il sub-ingresso (sottoscritto dal cedente) entro 60 giorni al comune allegando copia dell'atto di cessione.

Qualora il Comune di residenza del cessionario sia diverso da quello del cedente, il titolo originario è trasmesso dal primo al secondo Comune.

NORME IGIENICO-SANITARIE

Si fa espresso ed integrale rinvio, in quanto applicabili, a tutte le disposizioni di carattere igienico-sanitario stabilite dalle leggi, dai regolamenti e dalle ordinanze vigenti in materia, tenendo conto delle situazioni dove, nel mercato, nelle feste, e nelle sagre o nelle fiere, non esistano idonee ed apposite aree attrezzate.

REVOCA E SOSPENSIONE DELLE AUTORIZZAZIONI

L'autorizzazione è revocata:

- per perdita dei requisiti;
- nel caso di mancato inizio attività, entro sei mesi dall'avvenuto rilascio dell'autorizzazione, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
- qualora l'operatore in possesso di autorizzazione di tipo A non utilizzi il posteggio, nell'arco dell'anno solare, per oltre quattro mesi, o per oltre un quarto del periodo, nel caso di autorizzazione stagionale. Sono fatti salvi i casi di assenza per malattia, gravidanza o servizio militare;
- nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico – sanitaria, avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta dal Sindaco.
- Per mancato pagamento della TOSAP protratto per un intero anno solare

Il provvedimento di revoca viene assunto dal Comune, che fissa il termine di trenta giorni per le controdeduzioni.

SANZIONI

La legge regionale n° 18 del 24 luglio 2001 all'art. 24 rinvia , per l'applicazione delle sanzioni al D.Lgs. n° 114/1998.

Ai sensi e per gli effetti dell'art. 29 del D.Lgs. 114/1998:

- Chiunque eserciti il commercio sulle aree pubbliche, senza la prescritta autorizzazione o fuori dal territorio previsto dall'autorizzazione stessa, nonché senza autorizzazione o il permesso di cui all'art. 28, commi 9 e 10 del D.Lgs. 114/1998, è punito con la sanzione amministrativa de pagamento di una somma da € 2.582,28 (£ 5.000.000) ad € 15.493,71 (£. 30.000.000) e con la confisca delle attrezzature e della merce.
- Chiunque violi le limitazioni e i divieti stabiliti per l'esercizio del commercio sulle aree pubbliche dalla deliberazione del Comune, di cui all'art. 28 del. D.Lgs. 114/1998 è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da € 516,46 (£. 1.000.000) ad € 3.098,74 (£. 6.000.000).

In caso di particolare gravità o di recidiva, il Sindaco può disporre la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto la pagamento della sanzione, mediante oblazione. Per le violazioni non rientranti nei precedenti casi, è prevista una sanzione amministrativa da € 103,00 ad € 620,00.

La legge regionale stabilisce che, fatte salve le sanzioni di cui agli artt. 22 e 29 del D.Lgs. 114/1998 per le violazioni ivi previste, è

assoggettato alla sanzione amministrativa del pagamento a favore del Comune di una somma da € 256,00 (£. 500.000) ad € 1549,37 (£. 3.000.000):

- a) il subentrante nell'autorizzazione, in possesso dei previsti requisiti soggettivi, che inizi ad esercitare l'attività prima di avere provveduto a inoltrare al Comune le comunicazioni previste;
- b) il titolare dell'autorizzazione che, in caso di cambio di residenza omette di darne comunicazione al Comune nel termine di trenta giorni;
- c) l'operatore in forma itinerante che viola il disposto in tema di periodo di massima permanenza nel medesimo punto;
- d) l'operatore in forma itinerante che esercita nei giorni o periodi in cui l'attività è stata interdetta;
- e) l'operatore, che invitato a ritirare il titolo autorizzatorio convertito, non vi provvede nel termine di novanta giorni dall'invito.

ISTITUZIONE DI NUOVI MERCATI E FIERE

Per quel che concerne l'eventuale istituzione di fiere e mercati, come normati dall'articolo 11 della legge regionale n° 18 del 24 luglio 2001, il Comune procederà prioritariamente, all'individuazione delle aree, alla definizione dell'esigenza di riequilibrio dell'offerta e all'individuazione delle dotazioni delle opere urbanistiche.

Vengono ovviamente fatti salvi tutti gli adempimenti di natura igienica, di preservazione del patrimonio artistico e culturale, di viabilità etc. etc. previsti dalla legge .

SPOSTAMENTO DI MERCATI, FIERE E MANIFESTAZIONI VARIE

A seguito di mutamento di esigenze, nonché per trasformazioni territoriali o per valutazioni effettuate nell'interesse generale della collettività, l'Amministrazione Comunale, mediante deliberazione di Giunta comunale e, previa acquisizione del parere sulla viabilità, può disporre una diversa localizzazione di fiere, mercati o di qualsiasi altra manifestazione, che si svolge nel territorio comunale.

VALIDITÀ E RINVIO

Il presente piano ha validità di quattro anni a decorrere dalla data di approvazione da parte del Consiglio Comunale e può essere aggiornato entro il 31 gennaio di ogni anno.

Copia del piano deve essere trasmessa alla Regione Puglia – Assessorato Industria Commercio Artigianato – Settore Commercio, ai fini di una puntuale valutazione delle problematiche del commercio su aree pubbliche a cura dell'Osservatorio regionale del Commercio.

Per quanto non espressamente previsto e richiamato nelle presenti Norme di Attuazione, si fa rinvio alla normativa e alla giurisprudenza in materia.

INDICE ANALITICO

Premessa	2
Definizioni	8
Esercizio dell'attività	10
Ricognizione del Mercato Attuale	11
Tipologia dei Mercati	13
Mercati Giornalieri	14
Postazioni a Carattere Giornaliero	18
Chioschi	19
Mercati Settimanali	21
Rapporto tra Esercizi	22
Manifestazioni Fieristiche	25
Manifestazioni Locali	27
Determinazione Nuovi Posteggi	28
Limiti di stazionamento	31
Disciplina Chioschi	32
Norme di Attuazione	34
Requisiti per L'esercizio dell'attività	37
Orari	38
Pubblicità sei Prezzi	39
Procedura Rilascio Autorizzazioni Tipo A	40
Sub ingresso nelle Autorizzazioni di Tipo A	41
Autorizzazione di Tipo B	42
Autorizzazioni Temporanee	44
Cessione in Proprietà o Gestione	46
Norme Igienico Sanitarie	47
Revoca e Sospensione delle Autorizzazioni	48
Sanzioni	49

Istituzione di Nuovi Mercati e Fiere	51
Spostamenti di Mercati	52
Validità e Rinvio	53