

CITTA' DI MOLFETTA

PROVINCIA DI BARI

DELIBERAZIONE DEL COMMISSARIO PREFETTIZIO

N. 4

del '18.04.06

OGGETTO

Legge Regionale 1° agosto 2003 n.11 art.15. Approvazione nuova disciplina del Commercio.

L'anno duemilasei, il giorno diciotto del mese di aprile nella Casa Comunale

IL COMMISSARIO PREFETTIZIO

In persona del Dott. Alfonso Magnatta, nominato con Decreto 31 marzo 2006, assistito dal Segretario Generale Dott. Vincenzo Zanzarella, ha adottato la seguente deliberazione:

IL COMMISSARIO PREFETTIZIO

Premesso che con atto n.13 del 25.07.2001 ai sensi dell'art.5 della Legge Regionale n.24/99 come definito dall'art.4 comma 1 lett. e) f) g) del D. L.vo n.114/98, art.5 L.R. 24/99 e 3 Reg. Reg. n.4/2001 approvava il piano per il rilascio delle autorizzazioni per gli esercizi commerciali medie e grandi strutture di vendita con riferimento ai procedimenti per il rilascio delle autorizzazioni delle medie e grandi strutture di vendita di interesse locale;

Atteso che nello stesso provvedimento all'art.18 si rinviava a successivo atto per la disciplina del rilascio delle autorizzazioni per l'apertura di **nuove** autorizzazioni;

Dato atto che, in concomitanza con i predetti adempimenti, la Regione Puglia in data 1° agosto 2003, ha iniziato la pubblicazione di normative per la nuova disciplina del commercio;

Che in particolare le norme sui requisiti delle procedure per l'insediamento di grandi e medie strutture di vendita, è avvenuto con il Regolamento Regionale del 30/06/2004 n.1 a cui sono seguiti il Regolamento Regionale 01/09/2004 n.2 intitolato "Obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita", Regolamento Regionale 23/12/2004 n.1, 12 e 14;

Considerato che, soltanto nel corso del corrente esercizio 2005 è stata completata la regolamentazione Regionale in materia, per cui è stato possibile la redazione del Regolamento, previsto dall'art.15 della L.R. n.11/2003;

Visto il testo predisposto dall'Ufficio del Commercio, che ha inserito tutta la normativa regionale di comparto con gli adattamenti territoriali di competenza;

Dato atto che lo stesso Regolamento è composto da:

- a) Considerazioni generali;
- b) Rete distributiva al minuto in atto;
- c) Notizie territoriali del Comune;
- d) Pian di adeguamento rete distributiva costituita da 29 articoli;
- e) Planimetrie tecniche.

Dato atto che in data 17/01/2006 sono stati consultate le Associazioni di categoria commerciali e sindacali dei lavoratori;

Visto l'esito della seduta della competente Commissione Consiliare in data 21.02.06;

Acquisito il parere favorevole del Dirigente Affari Generali; (il provvedimento non ha rilevanza contabile);

D E L I B E R A

1) Approvare il piano di adeguamento della rete distributiva con validità triennale e comunque fino all'adozione di nuova determinazione, costituito da:

- a) Considerazioni generali;
- b) Rete distributiva al minuto in atto;
- c) Notizie territoriali del Comune;
- d) Pian di adeguamento rete distributiva costituita da 29 articoli;
- e) Planimetrie tecniche

Allegato a questo atto a farne parte integrante e sostanziale.

2) Inviare lo stesso al Capo Settore AA.GG. e Dirigente Polizia Municipale.

- 3) *Dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile ai sensi dell'art.134, comma 4, de T.U. approvato con D.L.vo 267/2000.*

CONSIDERAZIONI GENERALI

L'Amministrazione Comunale di Molfetta è stata sempre attenta allo sviluppo della rete commerciale cittadina, dotandosi a partire dal 1987 di un Piano commerciale che, secondo le disposizioni contenute nelle leggi 426/76, 524/74, 398/76 e 416/81, individuava i contingenti, le zone di sviluppo, recepiva le allora vigenti categorie merceologiche, segnalando i percorsi preferenziali dello sviluppo della rete sia con riferimento al commercio a posto fisso che, come all'epoca si doveva fare, per il commercio itinerante (allora: ambulante) nonché dei pubblici esercizi e delle edicole.

Quel Piano di commercio fu approvato con deliberazione consiliare del 13/7/87 con il n 466.

Seguirono gli aggiornamenti prescritti dalle normative statali, approvando l'aggiornamento con un più corposo piano il 1995 con atto consiliare n. 16.

Seguì la grande "rivoluzione" del Decreto Bersani (D.P.R. n. 114/98) che decretò, tra l'altro, la ripartizione merceologia nelle sole categorie di alimentari e non alimentari (e miste).

La normazione regionale, a seguito del decentramento in materia di commercio, ebbe eguale seguito di adempimenti con l'adozione del Piano delle aree pubbliche (C.C. 29.10.2002 n. 142), di quello per gli esercizi di vicinato e di quello per il procedimento di apertura delle medie e grandi strutture di vendita delibera c.c. del 25.07.2001 n.13 nel quale era contenuta la riserva della disciplina per l'apertura delle medie e grandi strutture di vendita, sottopose alla condizione della individuazione urbanistica dei siti.

La riserva, non deve essere letta come una probabile carenza "burocratica" del Comune, atteso che nel periodo temporale del quale si parla, si è assistito ad una legiferazione regionale "a singhiozzo" con riferimento alla medie e grandi strutture di vendita; e tanto, sia con riferimento alla procedura di rilascio, sia con riferimento alla tipicizzazione delle localizzazioni, sia, infine, con riferimento alle norme "di corollario" delle misure di compensazione a vantaggio della rete in atto nelle varie realtà comunali.

Soltanto nel settembre 2004 si è definito il quadro della legislazione regionale in materia di medie e grandi strutture di vendita e si è potuto cogliere a pieno il senso e ritenere l'applicazione la direttiva nazionale definita nella conferenza Stato-Regioni del 21.10.1999 che aveva da tempo dettato soluzioni alla problematica dell'adeguamento o non dei PRG, o meglio l'interpretazione e soluzione, per la individuazione delle aree di insediamento delle medie e grandi strutture di vendita nei P.R.G. vigenti.

La breve storia dell'evoluzione normativa generale che ci occupa, nonché il riferimento agli atti comunali adottati, ha senso per poter affermare che il monitoraggio (e la sua articolazione) della rete distributiva in atto, richiesto dall'art. 15 della L.R. n. 11/2003, non presenta difficoltà per la redazione del Piano per l'apertura delle medie e grandi strutture di vendita nel Comune di Molfetta, tenuto conto che sono già stati deliberati e sono già vigenti tutti i precedenti regolamenti statali e regionali, che si sono succeduti nel tempo dei quali la normativa regionale rappresenta la giuridica continuità sia pure con tipicizzazione propria.

Si aggiunge, che il Piano di adeguamento della rete commerciale del 1995, (Cecchi-Fiore) aveva monitorato con precisione la rete distributiva cittadina, i bisogni ed i giudizi delle famiglie, ipotizzando la proiezione dei fabbisogni nel seguito del tempo.

In quello studio, tra l'altro, i progettisti:

avevano rilevato:

- La regressione del numero della popolazione con riferimento ai censimenti del 1981 e del 1991;
- la motivazione del saldo negativo, nel movimento migratorio e nella riduzione delle nascite;

avevano valutato:

- la consistenza della popolazione nelle zone commerciali
- i parametri economici di possibile influenza sulla futura situazione.

I risultati dell'indagine di quei progettisti possono senz'altro essere utilizzati per questo Piano, infatti:

- il censimento 2001 ha confermato la tendenza alla riduzione della popolazione residente passata da 66.700 mila abitanti di quello precedente ai 63.169 mila di quello più recente.
- Le motivazioni del saldo negativo è riconfermabile, con l'aggiunta che la crisi della marineria locale ha spinto viepiù la migrazione delle famiglie verso zone d'Italia con migliori condizioni di inserimento lavorativo;
- La consistenza della popolazione nelle zone commerciali è rimasta pressochè invariata, atteso che anche nella zona 167 che ha visto incrementato nel decennio la presenza abitativa, non ha portato ex se una crescita del totale di esercizi commerciali, essendosi caratterizzata l'apertura di esercizi commerciali, da trasferimenti di esercizi esistenti in locali più spaziosi, e dall'influenza del vicinanza del mercato settimanale dove la maggior parte della popolazione residente si approvvigiona dell'ordinario.
- I parametri economici del ricorso al credito e dell'incremento contrattuale dei salari rappresentano ancora la speranza per di più aggravata dalla svalutazione reale del potere di acquisto della moneta corrente.

Vanno ora considerati in aggiunta gli elementi di novità non presenti nel Piano Cecchi-Fiore, perché legati a fattori di novità legislative e di costume dei consumatori:

- La legislazione Bersani non ha portato all'impennata di esercizi di vicinato, come si riteneva,. Si assiste, in verità, ad aperture e chiusure (motivate le prime dalla speranza- poi vanificatasi- di inserimento lavorativo), per cui l'offerta è stabilizzata sostanzialmente sui livelli precedenti. Di contro si assiste a richieste di ampliamento di superficie di vendita e di concentrazione. Queste sono da valutarsi nell'ambito di adeguamento degli operatori alle esigenze della clientela.
- La constatazione che il consumatore attuale predilige ed avvantaggia una tipologia di mercato ad offerta plurimerceologica, in grado di offrire facilità di scelta, convenienza dei prezzi, gadget e promozioni, libertà di scelta ed ampi spazi di circolazione all'interno

dell'esercizio, parcheggi e complementi all'offerta nuda, pura e cruda, se non addirittura opprimente e forzante la scelta.

Se, come si deve nella programmazione dello sviluppo della rete commerciale, tener presente che essa va riportata nel concetto di "adeguamento ed aggiornamento" dell'esistente, valutando le nuove tendenze del modo di spendere della popolazione e delle motivazioni per cui la domanda si dirige verso una tipologia di esercizi piuttosto che in un'altra;

Se è vero, come è vero, che si deve tener conto, se si vuole programmare uno sviluppo aderente alla realtà socio economica in atto, che partendo dalla constatazione del presente, la si proietti verso un futuro sia pure triennale, nel solco del trend nazionale e locale del fenomeno commerciale;

Se, nella fattispecie è doveroso partire dalla considerazione della ratio del c.d. decreto Bersani, che ha voluto sterzare la legislazione in materia da una di tipo corporativo, ad una di liberalizzazione del commercio puntando l'obiettivo sulla capacità dell'esercente a stare nel mercato e cioè sulla competitività dell'offerta in relazione alla mera necessità della domanda.

Allora bisogna conciliare la tutela della rete in atto con quella disegnata dalle novità ricercate dai consumatori.

La constatazione della realtà da ultimo descritta, infatti, non può non paragonarsi con la realtà commerciale locale, fatta nella maggior parte di:

- esercizi sorti nelle zone periferiche rispetto al centro commerciale cittadino;
- esercizi situati nel centro cittadino carenti di aree a parcheggio proprie e/o comunque strangolati nella circolazione stradale;
- esercizi di generi di lusso che hanno una clientela anche extra cittadina.
- Esercizi di varia tipologia che servono la popolazione anziana e/o meno abbiente.

Di tanto l'adeguamento della rete distributiva che si sta attuando con il presente Piano deve necessariamente tener conto.

Lo scenario di partenza va osservato nel suo complesso, tenendo conto che la rete commerciale è composta non solo dagli esercizi a posto fisso, ma anche di quello c.d. itinerante che è svolto per le strade, nelle piazze e nel mercato settimanale.

Quindi un palcoscenico che offre una tipologia di scelta e di prezzi in grado di soddisfare tutta la gamma dei consumatori.

Il legislatore regionale, avendo rilevato i fenomeni sociali su descritti, ha offerto un importante strumento di ausilio al mantenimento della rete commerciale cittadina, introducendo il concetto delle misure per la riduzione dell'impatto delle nuove strutture di vendita sulla rete territoriale.

Questi elementi di sostrato e soprattutto strumento il principio delle misure per la riduzione dell'impatto delle nuove strutture di vendita sulla rete territoriale, sottendono a questa programmazione per l'apertura di medie strutture che soggiaceranno, quale che sia la loro localizzazione, alle misure di attenuazione del loro impatto sulla rete cittadina.

I fondi avranno destinazione vincolata alla creazione di parcheggi, alla riqualificazione urbana, ad opere di riqualificazione delle aree e comunque intese a far acquisire tendenzialmente agli esercizi esistenti le qualità, le convenienze e le caratteristiche dell'offerta che sono privilegiati dal consumatore moderno.

RETE DISTRIBUTIVA AL MINUTO DI MOLFETTA

1. Le zone sono indicate nell'allegato a)
2. La distinzione della merceologia è quella prevista dalla vigente legislazione e cioè: alimentari, non alimentari e misti.
3. La nomenclatura della superficie di vendita è quella prevista dalla legislazione regionale.

la attuale rete distributiva commerciale distinta per:

ESERCIZI A POSTO FISSO

- zonizzazione cittadina di insediamento;
- merceologie presenti;
- superfici di vendita;
- numero di esercizi per merceologia;
- numero di esercizi per superficie di vendita;
- numero totale di insediamenti commerciali;

ESERCIZI SU AREE PUBBLICHE di cui:

1. itineranti distinti

- merceologie presenti;
- numero di esercizi per merceologia;
- numero totale

2. a posto fisso distinti

• Piazze

- zonizzazione cittadina di insediamento;
- merceologie presenti;
- superfici di vendita;
- numero di esercizi per merceologia;
- numero di esercizi per superficie di vendita;
- numero totale di insediamenti commerciali

• Mercato settimanale

- merceologie presenti;
- numero di esercizi per merceologia;
- numero totale

CLASSIFICAZIONE ESERCIZI ESISTENTI SUL TERRITORIO

ESERCIZI DI VICINATO CON SUPERFICIE DI VENDITA FINO A 250 MQ.

N. 1143 DI CUI :

ALIMENTARI N. 253

NON ALIMENTARI N. 795

MISTI N. 95

TOTALE N. 1143

COSI' SUDDIVISI NEL TERRITORIO

ZONA	ALIM. N.	2	MQ. 163	NON ALIM. N.	7	MQ. 259	MISTO
N. -----MQ.-----							
ZONA A	"	"	58	"	3603	"	"
12	"	1154	"	"	"	111	"
						5313	"
ZONA B	"	"	37	"	3401	"	"
17	"	1233	"	"	"	81	"
						2539	"
ZONA C	"	"	58	"	2336	"	"
33	"	1195	"	"	"	385	"
						21438	"
ZONA D	"	"	16	"	701	"	"
5	"	450	"	"	"	34	"
						2242	"
ZONA E	"	"	49	"	1502	"	"
19	"	1591	"	"	"	106	"
						5746	"

ZONA F	“	“	-----	“	“	2	“
1741							
ZONA G	“	“	“	-----	“	“	1
845							
ZONA ASI	“	“	“	2	“	1500	“
TOTALI				3		2300	“
2586							

M3 CON SUPERFICIE DI VENDITA DA 1501 A 2500 MQ.

N. 1 DI CUI: MISTO N. 1 ZONA E MQ. 1750

ESERCIZI DI GRANDE STRUTTURA CON SUP. DI VENDITA > AI 2500 MQ. COSI
ARTICOLATE.

CENTRO COMMERCIALE CON SUPERFICIE DI VENDITA FINO AI 25000.

N. 1 DI CUI : NON ALIMENTARE OUTLET N. 1 ZONA ASI MQ. 18591

COMMERCIO AMBULANTE SULLE PIAZZE E VIE CITTADINE

PIAZZA GRAMSCI POSTEGGI

N. 15 DI CUI :

ALIMENTARI N. 14(10 ITTICI Mq. 102 - 2 SALUMERIA Mq.88 - 2FRUTTA E VERDURA Mq. 44)

NON ALIMENTARI N. 1 Mq. 12 ----- TOTALE Mq. 234

PIAZZA EX MATTATOIO POSTEGGI

N. 23 ALIMENTARI DICUI:

3 SALUMERIA Mq. 133 - 1 MACELLERIA Mq. 45 - 3 FRUTTA –VERDURA Mq. 160 - 16 ITTICI

Mq. 190 ----- TOTALE MQ. 528

PIAZZA MENTANA POSTEGGI

N. 1 ALIMENTARI (FRUTTA E VERDURA) MQ. 16

PIAZZA MINUTO PESCE POSTEGGI

N. 24 ALIMENTARI (ITTICI DI CUI 12 PRODUTTORI E 12 COMMERCianti Mq. 3x1)

TOTALE MQ. 72

PIAZZA DELLE ERBE POSTEGGI

N. 1 ALIMENTARI (FRUTTA-VERDURA) MQ. 20

PIAZZA SANT'ACHILLE POSTEGGI

N. 2 ALIMENTARI (FRUTTA-VERDURA) TOTALE MQ. 70

PIAZZA LARGO APICELLA POSTEGGI

N. 1 ALIMENTARI (FRUTTA-VERDURA) MQ. 18

MERCATINO ETNICO DOMENICALE POSTEGGI

N. 18 NON ALIMENTARI 4X5 ----- TOTALE MQ. 360

MERCATO SETTIMANALE POSTEGGI

N. 392 DI CUI

N. 356 NON ALIMENTARI MQ. 9421

N. 36 ALIMENTARI (32 SALUMERIA – 4 FRUTTA E VERDURA) MQ. 1008

TOTALE MQ. 10429

SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE STAGIONALI

N. 2 (C/O INPS – VIA TEN. LEZZA) TOTALE MQ. 36

Piazza Gramsci	2700	162	24	234
Mercato Settimanale	14.900	448	0	10429
Fiera del bestiame	4.700	2.700	0	0
Mercatino San Nicola	3.000	1.749	0	2248
Festività Patronali	7.200	5.150	0	1518
Area Cimiteriale	200	48	0	33,25
Uniposteggio somm. ne	120	0	0	120
Aree Sparse Uni post.	1000	0	0	40
Aree domenicali frutta	500	0	0	80
Aree Urbane	4000	1506	144	438
<hr/>				
TOTALI b)	43.996	12.634	192	15844,25

SUPERFICIE DEI POSTEGGI

Somministrazione	mq. 24
Prodotti Ittici	mq. 16
Edicola	mq. 20
Frutta e verdura	mq. 30
Fiori e piante	mq. 24
Macellerie T.M. II (bovini ecc.)	mq. 30
Pollerie	mq. 30
Macellerie equine	mq. 30
Alimentari	mq. 30
Latticini	mq. 30
Dolciumi e pasticceria	mq. 30
Merci varie e articoli casalinghi	mq. 30

Lampadari	mq. 50
Abbigliamento e calzature	mq. 24
Altre tabelle Merceologiche non classificate	mq. 20
Vendita diretta dei prodotti ittici	mq. 12
Vendita diretta dei prodotti agricoli	mq. 12

Il titolare del posteggio, avente a disposizione autoveicoli omologati come punti di vendita, ha priorità per l'assegnazione di un'area sufficiente per esercitare la propria attività ove la stessa sia fisicamente disponibile.

AREE PUBBLICHE IN CUI E' AMMESSO L'ESERCIZIO DEL COMMERCIO

Mercati Giornalieri.	GIA'	OPERANTI	
piazza gramsci	posteggi n. 30	di cui occupati n.15	liberi n.15
mercato minuto pesce	posteggi n. 24	di cui occupati n. 24	liberi n.//
mercato madonna martiri	posteggi n. 23	di cui occupati n.23	liberi n.//
largo apicella	posteggi n. 1	di cui occupati n.1	liberi n.//
piazza s. achille	posteggi n. 2	di cui occupati n.2	liberi n.//

MERCATO SETTIMANALE NUOVA SEDE

posteggi n. 392

AREE URBANE NUOVI INSEDIAMENTI

Area antistante P.Minuto Pesce, per attività domenicale frutta secca n. 4 posteggi per totali mq.48

Area via salvucci e berlinguer n. due postazioni per vendita stagionale di frutta per totali mq. 24

Area ex Piazza delle Erbe n. 1 postazione per frutta e verdura mq.20

Area per somministrazione stagionale in lungomare M.A. Colonna (adiacente inps+ adiacenze via Ten. Lezza) n. 2 posteggi

per mq.36

Area per somministrazione in viale dei Crociati n. 2 postazioni per mq. 54

-Piazza Municipio e Centro Storico nella giornata domenicale 1 volta al mese:

per mercatino antiquariato e/o delle pulci e/o **amatoriale** (merci varie) n. 50 posteggi.

Apertura solo domenicale

- banchina San Domenico per mercatino etnico (merci varie) n. 18 posteggi. per mq.360

Apertura giornaliera con orario di comparto

- Viale dei Crociati uni- box somministrazione n. 3 posteggi;

- località prima cala uni- box somministrazione n. 2 posteggi;

- località torre Gavetone uni box somministrazione n. 1 posteggio;

- Piazza Paradiso con area attrezzata n. 20 posteggi alimentari, orto-frutta e ittici;

- area ridosso mercato minuto pesce n. 1 posteggio per frutta e verdura;

- area ridosso mercato minuto pesce n. 1 posteggio automarket per vendita prodotti ittici;

- via Berlinguer e via Achille Salvucci n. 2 posteggi stagionali di frutta e verdura;

- Piazzetta della 167 (o in alternativa Piazza accanto alla Chiesa S. Achille) n. 6 posteggi alimentari, orto-frutta e ittici.

AREA CIMITERIALE

Vendita di fiori a mezzo Uni – Box ubicati di fronte all'ingresso principale:

Posteggi N. 4. + 1 produttore

UNIPOSTEGGIO UBICATI per somministrazione alimenti e bevande

GIÀ OPERANTI

- Angolo Seminario Vescovile
- Angolo Area Portuale
- Angolo Mercato Ittico

- Marciapiede Calvario
- Interno Villa Comunale

AREE SPARSE UNIPOSTEGGIO

- Largo Trione n. 1 posteggio vacante
- Madonna dei Martiri angolo via San Carlo e Mameli n. 1 posteggio

AREE DOMENICALI VENDITA FRUTTA FRESCA E SECCA UNIPOSTEGGIO

GIA' OPERANTI

- Via Madonna Delle Rose;
- Piazza Gramsci;
- Via Madonna Dei Martiri Angolo S.Rocco;

AREE DESTINATE ALLO SVOLGIMENTO DI FIERE E SAGRE

FESTIVITA' PATRONALI – MADONNA DEI MARTIRI

- ◆ Fiera del bestiame – Viale verso il Santuario fino al tiro a segno;
- ◆ Area Mercato Ittico – Piazzale antistante il Centro Storico (Arco Della Terra);
- ◆ Corso Dante;
- ◆ Piazza Garibaldi (due lati antistanti Seminario Vescovile).

FESTIVITA' SAN NICOLA

- ◆ Piazza Paradiso;
- ◆ Viale Gramsci – Via Generale Amato.

SAGRE PRODOTTI ITTICI

Banchina San Domenico (piazzale antistante mercato ittico).

NOTIZIE VARIE

Totale generale aree commerciali: mq. 208.920,25 di cui:

- a) 96.538
- b) 15.844,25

Popolazione residente	ab.	62.309
Nuclei familiari	n.	22.406
Superficie totale del Comune	ha.	5.476,00
Superficie urbana	ha.	430,00
Lunghezza delle strade esterne	Km.	175,00
Lunghezza strade interne centro abitato	Km.	95,00
Piano regolatore approvato		si
Piano edilizia economica e popolare		si
Piano per gli insediamenti produttivi		si
- Industriali		-
- Artigianali		-
- Commerciali		-
Piano delle attività commerciali		si
Piano urbano del traffico		si

PIANO ADEGUAMENTO RETE DISTRIBUTIVA.

REGOLAMENTO INSEDIAMENTO, APERTURA, TRASFERIMENTO, AMPLIAMENTO DELLE MEDIE E GRANDI STRUTTURE DI VENDITA.

TITOLO I
DISPOSIZIONI GENERALI

PREMESSA

Il presente provvedimento è redatto in ossequio all'art. 15 della Legge regionale 1° agosto 2003 n. 11 e dei Regolamenti regionali del 30 giugno 2004 n. 1 e del 1° settembre 2004 n. 2.

Art. 1

(Oggetto del Regolamento)

Le disposizioni che seguono, in conformità della normativa Regionale, disciplinano l'esercizio dell'attività commerciale, la programmazione della rete distributiva e gli interventi volti alla mitigazione dell'impatto ambientale delle medie e grandi strutture di vendita sulla rete distributiva commerciale cittadina

Art. 2

(Vigenza)

Il presente regolamento entrerà in vigore il giorno successivo dalla sua esecutività e resterà in vigore per i successivi tre anni e comunque fino all'adozione di nuove determinazioni, salva l'ipotesi d'intervenute modificazioni o necessità dell'aggiornamento della rete distributiva commerciale sulla base dell'evoluzione del quadro conoscitivo e delle potenzialità del mercato locale

ART. 3

(ipotesi di non applicazione)

Le disposizioni di cui all'art. 1 non si applicano:

- a) alle farmacie esercenti l'attività al 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, nonché nei limiti di cui all'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228 e nel rispetto della normativa igienico-sanitaria;

- 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 dei prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti ad 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;

l) 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;

m) 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 informatico, di propria o altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività.

Resta fermo quanto previsto per l'apertura delle sale cinematografiche dalla legge 4 novembre 1965, n. 1213, e successive modificazioni, nonché dal decreto legislativo 8 gennaio 1998, n. 3.

Art. 4

(Oggetto della disciplina)

1. Il presente Regolamento è riferito alla disciplina de:

- a) i requisiti e le procedure per l'insediamento degli esercizi di vendita di cui alle tipologie previste dal successivo art. 6, degli esercizi attivabili nel centro storico, e della programmazione triennale
- b) orari di apertura e chiusura degli esercizi commerciali, norme complementari;

Lo stesso è redatto secondo le finalità de:

- a) lo sviluppo della rete distributiva secondo criteri di efficienza e modernizzazione, promuovendo 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;
- b) l'equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali in rapporto con l'uso del suolo e delle risorse territoriali, in raccordo con le disposizioni della legge regionale 31 maggio 1980, n. 56 in materia di tutela del territorio e della legge regionale 27 luglio 2001, n. 20 (Norme generali di governo e uso del territorio);
- c) il concorso alla valorizzazione e promozione delle produzioni tipiche locali, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale cittadino;
- d) la conservazione e rivitalizzazione della funzione commerciale all'interno dei centri storici nelle aree urbane;
- e) l'articolazione del servizio commerciale nelle aree periferiche e di nuova urbanizzazione;

f) la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi ai sensi del Decreto legge n. 35/2005 e sua legge di conversione;

Art. 5

(Definizioni)

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:

a) per commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;

b) per commercio al dettaglio, 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;

Il commercio al dettaglio può essere svolto anche con postazioni elettroniche;

c) per superficie di vendita di un esercizio commerciale, la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita. Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici, gli spazi collocati davanti alle casse e altri servizi nei quali non è previsto l'ingresso dei clienti;

d) per superficie di vendita di un centro commerciale, quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

2. Per forme speciali di vendita al dettaglio si intende:

- a) la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubbliche o private, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;
- b) la vendita per mezzo di apparecchi automatici;
- c) la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione;
- d) la vendita presso il domicilio dei consumatori.

Art. 6

(Classificazione delle strutture commerciali)

1. Gli esercizi commerciali sono classificati secondo:
2. I settori merceologici, definiti sulla base della classificazione ISTAT-ATECO91:
 - a) settore alimentare e misto (alimentare e non alimentare);
 - b) settore non alimentare beni per la persona: comprendente i prodotti non alimentari dei settori 52.33 cosmetici e articoli di erboristeria, 52.42 abbigliamento, 52.43 calzature;
 - c) settore non alimentare altri beni: 52.44 mobili e articoli d'illuminazione, 52.45 elettrodomestici e apparecchi radio e televisori, 52.46.1 ferramenta articoli per il fai da te, 52.47 libri e articoli di cartoleria, 52.48 altri prodotti;
 - d) settore non alimentare altri beni a basso impatto urbanistico: comprendente i prodotti non alimentari dei settori: 50.1 commercio autoveicoli, 52.46.3 articoli igienico sanitari, 52.46.4 materiali per l'edilizia, 52.46.5 materiali termoidraulici, 52.46.6 macchine attrezzature e

prodotti per l'agricoltura e il giardinaggio, 52.48.8 natanti e accessori, nel caso in cui siano commercializzati solo i prodotti di cui al presente settore.

3. Le tipologie dimensionali definite secondo l'ampiezza delle superfici di vendita:

- a) esercizi di vicinato: con superficie di vendita fino a 250 mq;

- b) medie strutture di vendita: con superficie di vendita compresa tra 251 e 2.500 mq così articolate:
 - 1) M1. medie strutture di livello locale con superficie di vendita da 251 fino a 600 mq;
 - 2) M2. medie strutture intermedie con superficie di vendita da 601 a 1.500 mq
 - 3) M3. medie strutture attrattive con superficie di vendita da 1501 a 2500 mq.

- c) grandi strutture di vendita: con superficie di vendita superiore ai 2.500 mq. così articolate:
 - 1) G 1 grandi strutture inferiori con superficie di vendita da 2.501 a 4.500 mq;
 - 2) G2 grandi strutture superiori con superficie di vendita maggiore di 4.500 mq. fino a 15.000 mq.

4. Secondo le modalità insediative:

- a) strutture isolate: esercizi che non condividono spazi, accessibilità e servizi con altre strutture commerciali con una superficie di vendita massima di 15.000 mq.;

- b) centro commerciale: costituito da un insieme di più esercizi commerciali inseriti in una struttura a destinazione specifica, ovvero di una struttura architettonica unitaria, che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente con una superficie di vendita massima di 25.000 mq di cui almeno il 20 per cento destinato a esercizi di vicinato;

- c) area commerciale integrata: un'area prevalentemente dedicata al commercio in cui esistono o sono progettate una pluralità di medie e grandi strutture di vendita, anche insediate in unità

edilizie autonome e realizzate in tempi diversi, configurabili come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti.

d) di interesse locale i centri commerciali che, per collocazione e strutturazione, non esercitano significativi effetti sulla rete distributiva di altri comuni oltre a quello in cui sono insediati e che hanno una superficie di vendita massima di 4.000 mq in cui la superficie di un singolo esercizio non può essere superiore alla categoria M3. Tali strutture saranno attivate secondo le previsioni delle medie superfici.

5. Gli insediamenti di cui alle lettere del precedente comma sono disciplinati se previsti nella presente programmazione commerciale e/o dagli strumenti urbanistici vigenti e autorizzati secondo le modalità previste.

Art. 7

(Requisiti di accesso all'attività)

1. L'esercizio, in qualsiasi forma, di un'attività di commercio, anche se effettuata nei confronti di una cerchia determinata di persone, è consentito a chi è in possesso di uno dei seguenti requisiti professionali:

a) avere frequentato con esito positivo un corso professionale per il commercio istituito o riconosciuto dalla Regione Puglia, da un'altra Regione o dalle Province autonome di Trento e Bolzano ovvero essere almeno in possesso di un diploma di istituto secondario;

b) avere esercitato in proprio, per almeno due anni nell'ultimo quinquennio, l'attività di vendita all'ingrosso o al dettaglio o avere prestatato la propria opera, per almeno due anni nell'ultimo quinquennio, presso imprese esercenti l'attività, in qualità di dipendente qualificato addetto alla vendita o all'amministrazione o, se trattasi di coniuge o parente o affine, entro il terzo

grado dell' imprenditore, in qualità di coadiutore familiare, comprovata dall'iscrizione all'INPS.

Per gli esercenti attività nel settore alimentare sono definiti requisiti formativi specifici.

2. In caso di società, in possesso di uno dei requisiti di cui al comma 1 e richiesto con riferimento al legale rappresentante o ad altra persona specificamente preposta all'attività commerciale.

3. Non possono esercitare l'attività commerciale, salvo che abbiano ottenuto la riabilitazione:

a) coloro che sono stati dichiarati falliti;

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

c) coloro che hanno riportato una condanna a pena detentiva, accertata con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti di cui al titolo II e VIII del libro II del codice penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;

d) coloro che hanno riportato due o più condanne a pena detentiva o a pena pecuniaria, nel quinquennio precedente all' inizio dell' esercizio dell' attività, accertate con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti previsti dagli articoli 442, 444, 513, 513-bis, 515, 516 e 517 del codice penale, o per delitti di frode nella preparazione o nel commercio degli alimenti, previsti da leggi speciali;

e) coloro che sono sottoposti a una delle misure di prevenzione di cui alla legge 27 dicembre 1956, n. 1423, o nei cui confronti sia stata applicata una delle misure previste dalla legge 31

maggio 1965, n. 575, ovvero siano stati dichiarati delinquenti abituali, professionali o per tendenza.

4. L'accertamento delle condizioni di cui al comma 3 è effettuato sulla base delle disposizioni previste dall' articolo 688 del codice di procedura penale, dal decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, dall'articolo 10bis della legge 31 maggio 1965, n. 575 e dall'articolo 18 della legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni.
5. Il divieto di esercizio dell' attività commerciale, ai sensi del comma 3, permane per la durata di cinque anni a decorrere dal giorno in cui la pena è stata scontata o si sia in altro modo estinta, ovvero, qualora sia stata concessa la sospensione condizionale della pena, dal giorno del passaggio in giudicato della sentenza

Art. 8

Forme speciali di vendita al dettaglio

Sono considerate forme speciali di vendita al dettaglio:

1. La vendita effettuata negli Spacci interni;
2. La vendita effettuata tramite apparecchi automatici;
3. La vendita effettuata per corrispondenza per corrispondenza o altri sistemi di comunicazione;
4. le vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori

La disciplina delle suddette forme di vendita è specificatamente prevista dal titolo VI articoli 23, 24, 25 e 26 della legge regionale del 1° agosto 2003 n. 11.

Le specifiche sono riportate in allegato al presente regolamento e si intendono qui trascritte per “relazionem”

Art. 9

(Modalità di apertura, trasferimento e ampliamento degli esercizi di vicinato e medie strutture di vendita)

esercizi di vicinato (si riporta solo per completezza del quadro normativo)

1. L'apertura, il trasferimento e l'ampliamento della superficie di un esercizio di vicinato (con superficie di vendita fino a mq.250) sono soggetti a previa **comunicazione** al Comune competente per territorio e possono essere effettuati decorsi trenta giorni dall'invio della comunicazione senza osservazioni da parte dell'Ufficio istruttore.

2. La comunicazione di cui al comma 1 deve essere resa sul modello ministeriale COM 1, nel quale il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 7;
- b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
- c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio, secondo le tipologie indicate nell'art. 6 comma 2 del presente Regolamento.

Non è richiesta alcuna dotazione di parcheggio

media o grande struttura di vendita centro commerciale

3. L'apertura, la chiusura, il trasferimento di sede, di gestione o della proprietà o la riduzione, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di una media o grande struttura di vendita sono soggetti ad **autorizzazione** rilasciata dal Comune; nel caso di grandi strutture di vendita copia della autorizzazione deve essere inviata anche alla Regione.

a) La domanda deve essere formulata sul modello ministeriale COM 2 ed è rilasciata secondo la procedura sotto descritta

b) L'attivazione della autorizzazione deve essere effettuata integralmente entro un anno dal rilascio per le medie strutture di vendita ed entro due anni per le grandi strutture di vendita, salvo

proroga in caso di comprovata necessità. Nel caso delle grandi strutture di vendita previa riunione della conferenza di servizi prevista dall'art. 8 comma 7 della L.R. n.11/2003.

TITOLO II

PROCEDIMENTO PER IL RILASCIO AUTORIZZAZIONI PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA FINO ALLA CATEGORIA M3 E PER LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

ART. 10)

DOMANDE

Per ottenere l'autorizzazione all'apertura, al trasferimento di sede, all'ampliamento della superficie di vendita, all'estensione del settore merceologico, il richiedente deve presentare al Comune, apposita domanda utilizzando la modulistica approvata dalla Conferenza unificata, con delibera del 13 aprile 1999, ai sensi dell'art. 10, comma 5, del D.lgt. n. 114/98. acquisibile presso l'Ufficio Commercio del Comune.

Le domande possono essere inviate tramite raccomandata avviso di ricevimento ovvero presentate direttamente al Comune, il quale provvederà, in entrambi i casi, a rilasciare all'istante apposita ricevuta dell'avvenuta presentazione della domanda, contenente l'indicazione del nominativo del responsabile del procedimento.

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA FINO ALLA CATEGORIA M3

contenuto della domanda

1 . L'interessato provvederà a contrassegnare diligentemente tutte le caselle del modello relativo alla specifica richiesta, nonché a compilare tutte le altre parti del modello indispensabili per una sufficiente valutazione della sua volontà, della dimostrazione del possesso dei requisiti morali e

professionali, dell'esistenza dei requisiti oggettivi, non omettendo le sottoscrizioni e allegando un valido documento di identità personale del richiedente, se trattasi di ditta individuale , del rappresentante legale, nel caso di società.

ART. 11

TERMINI DELLA PROCEDURA DI RILASCIO

- 1) L'Ufficio Commercio, competente all'istruttoria della domanda entro 10 giorni lavorativi dalla acquisizione della stessa (data di registrazione presso l'Ufficio) invia all'interessato la notificazione prevista dall'art. 8 comma 2 della legge n. 241/90 e successive modificazioni ed integrazioni

- 2) La domanda si intenderà accolta nel caso in cui saranno decorsi 90 giorni lavorativi dalla data di acquisizione della domanda senza che l'Ufficio abbia comunicato alcun provvedimento di improcedibilità, inefficacia o altra osservazione. L'atto di assenso si considera formato quando la domanda è conforme alle disposizioni del presente regolamento, del D.L.vo n. 114/98 e delle disposizioni regionali. Restano fermi gli adempimenti previsti delle altre prescrizioni di legge e di Regolamenti per il legittimo esercizio dell'attività.

- 3) Qualora la domanda si presenti irregolare o incompleta, l'Ufficio comunicherà al richiedente entro lo stesso termine di cui al comma 1, le cause della irregolarità o incompletezza con invito, a sanare, ove ciò sia possibile, la domanda presentata entro il termine di 15 giorni lavorativi successivi alla comunicazione.

In questi casi i termini riprendono a decorrere dalla data della regolarizzazione .

In caso di domande concorrenti relative all'autorizzazione per le medie strutture di vendita, nel loro esame si farà riferimento al seguente ordine di priorità (già previste da precedente legislazione regionale - art. 6, della legge regionale n. 24/99):

- A) concentrazione-accorpamento
- B) ampliamento
- C) trasferimento
- D) nuove aperture settore non alimentare
- E) nuove aperture

4) Si applicano le disposizioni previste all'art. 8 comma 3 lett. b).

Art. 12

PROCEDIMENTO PER IL RILASCIO AUTORIZZAZIONI PER CENTRO COMMERCIALE

1) L'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di un centro commerciale necessita:

- a) di autorizzazione per il centro come tale, in quanto media o grande struttura di vendita, che è richiesta dal suo promotore o, in assenza, congiuntamente da tutti i titolari degli esercizi commerciali che vi danno vita, purché associati per la creazione del centro commerciale;
- b) di autorizzazione o comunicazione, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.

2) Nella domanda per il rilascio delle autorizzazioni di cui sopra l'interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 7;
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- c) le comunicazioni di cui all'articolo 9 comma 2 lett. B)
- d) l'eventuale documentazione richiesta al sensi delle leggi di comparto

ART.13

PROCEDIMENTO PER IL RILASCIO AUTORIZZAZIONI PER GRANDI STRUTTURE DI VENDITA CAT. G1 e G2

1) La domanda di autorizzazione per grandi strutture di vendita è inoltrata al Comune, alla Provincia e alla Regione ed è esaminata da una Conferenza di servizi indetta dalla Regione, composta dai rappresentanti della Regione, della Provincia e del Comune competente per territorio. Le deliberazioni della Conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti e il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Copia dell'autorizzazione deve essere trasmessa alla Regione.

2) Le norme sulle procedure di valutazione delle domande, anche nel caso di domande concorrenti, e sulla documentazione necessaria alla presentazione sono contenute nella normativa di cui al Regolamento regionale del 1 settembre 2004 n. 2

ART.14

(CONCENTRAZIONE ED ACCORPAMENTO DEGLI ESERCIZI)

DEFINIZIONI

1) Con il termine di:

- Accorpamento deve intendersi la situazione nella quale in un esercizio preesistente vanno a riunirsi le attività e le superfici autorizzate di altri esercizi commerciali;
- Concentrazione deve intendersi la situazione nella quale, sono riunite le attività e le superfici autorizzate di più esercizi commerciali preesistenti in un nuovo esercizio commerciale;

2) Saranno sempre concesse le concentrazioni e gli accorpamenti , fino al raggiungimento di una superficie di vendita massima di 1.500 mq.:

a) l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita mediante concentrazione di esercizi di vicinato sarà concessa con riferimento ad esercizi operanti nel comune da almeno tre anni. La superficie massima di vendita del nuovo esercizio deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati;

b) l'autorizzazione all'ampliamento di una media struttura di vendita mediante concentrazione o accorpamento di esercizi di vendita sarà concessa con riferimento ad esercizi operanti nel comune e operanti da almeno tre anni. La superficie massima dell'ampliamento deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati e delle superfici delle medie strutture concentrate o accorpate.

c) le autorizzazioni degli esercizi oggetto della concentrazione e/o dell'ampliamento dovranno essere cessate.

3) L'ambito territoriale del rilascio delle autorizzazioni per concentrazione e/o ampliamento è stabilito per l'intero territorio comunale ad eccezione della zona del centro antico

3) E' fatto salvo il rispetto dei requisiti urbanistici e delle dotazioni di parcheggi di pertinenza che potranno essere distanti fisicamente dall'esercizio non più di ml.300.

TITOLO III

Normativa comune

Art. 15

(Gestione di reparto)

1 . Il titolare di un esercizio commerciale organizzato in più reparti, fermo restando l'applicazione del contratto nazionale di lavoro e il rispetto delle norme vigenti in materia, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di vendita può affidare uno o più reparti, perché lo gestisca in proprio per il periodo di tempo convenuto, a un soggetto in possesso dei requisiti di cui all'articolo 7 dandone comunicazione al registro delle imprese presso la Camera di commercio e al Comune.

2. Qualora non abbia provveduto a tali comunicazioni, il titolare risponde dell'attività del soggetto stesso. Questi, a sua volta, deve dare comunicazione al Comune e alla Camera di commercio. La fattispecie non costituisce caso di sub-ingresso.

ART. 16

Orari di apertura e chiusura

1. Gli orari di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio sono rimessi alla libera determinazione degli esercenti nel rispetto delle disposizioni del presente articolo e dei criteri emanati dai Comuni, sentite le organizzazioni locali dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti.

2. Fatto salvo quanto disposto al comma 4, gli esercizi commerciali di vendita al dettaglio possono restare aperti al pubblico in tutti i giorni della settimana dalle ore sette alle ore ventidue. Nel rispetto di tali limiti l'esercente può liberamente determinare l'orario di apertura e di chiusura del proprio esercizio non superando comunque il limite delle dodici ore giornaliere.

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

4. Gli esercizi di vendita al dettaglio osservano la chiusura domenicale e festiva dell'esercizio. E' possibile, sentite le organizzazioni di categoria, competenti per tipologia di esercizio e con decisione unanime, la mezza giornata di chiusura infrasettimanale.

5. Il Comune, sentite le organizzazioni di categoria locali maggiormente rappresentative con riferimento alla tipologia di esercizio, individua i giorni e le zone del territorio nei quali gli esercenti possono derogare all'obbligo di chiusura domenicale e festiva. Detti giorni comprendono quelli del mese di dicembre, nonché ulteriori quattro domeniche o festività nel corso degli altri mesi dell'anno. Ulteriori aperture possono essere definite in accordo con le associazioni competenti per tipologia di esercizio.

6. Nel caso in cui il Comune sia individuato dalla Regione come Comune ad economia prevalentemente turistica o come città d'arte o nelle zone del territorio dei medesimo, gli esercenti determinano liberamente gli orari di apertura e di chiusura e possono derogare dall'obbligo di cui al comma 4., attenendosi al calendario concordato con le Associazioni Regionali;

7) Le disposizioni del presente articolo non si applicano alle seguenti tipologie di attività: le rivendite di generi di monopolio; gli esercizi di vendita interni ai campeggi, ai villaggi e ai complessi turistici e alberghieri; gli esercizi di vendita al dettaglio situati nelle aree di servizio lungo le autostrade, nelle stazioni ferroviarie, marittime e aeroportuali; le rivendite di giornali; le gelaterie e gastronomie; le rosticcerie e le pasticcerie; gli esercizi specializzati nella vendita di bevande, fiori, piante e articoli da giardinaggio, mobili, libri, dischi, nastri magnetici, musicassette, videocassette, opere d'arte, oggetti d'antiquariato, stampe, cartoline, articoli da ricordo e artigianato locale, nonché le stazioni di servizio autostradali, qualora le attività di vendita previste dal presente comma siano svolte in maniera esclusiva o prevalente, e le sale cinematografiche.

8. Gli esercizi del settore alimentare devono garantire l'apertura al pubblico in caso di più di due festività consecutive. Il sindaco definisce le modalità per adempiere all'obbligo di cui al presente comma

Art. 17
(Sub-ingresso)

Il trasferimento della gestione e della titolarità di un esercizio di vendita per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento della titolarità dell'autorizzazione, sempre che il subentrante possiede i requisiti di cui all'articolo 6 della presente legge.

2. La comunicazione di sub-ingresso è presentata, pena la decadenza, entro sei mesi dalla morte del titolare o entro sessanta giorni dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio.

3.]In caso di morte del titolare, l'autorizzazione è reintestata all'erede o agli eredi che ne abbiano fatto comunicazione, purché gli stessi 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 di persone, sempre che abbiano i requisiti di cui all'articolo 7 del presente regolamento.

Art. 18
(Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale)

1) La presentazione della domanda di autorizzazione per medie o grandi strutture di vendita deve avvenire in maniera coordinata alla richiesta del relativo titolo edilizio.

2) Il rilascio del titolo edilizio avviene in maniera coordinata ma successiva al rilascio dell'autorizzazione commerciale.

3) Il rilascio del titolo edilizio, dovrà comunque essere emesso non oltre i 30 giorni lavorativi successivi alla data di notificazione dell'avvenuta emissione del titolo commerciale;

3. l'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata soltanto in conformità degli strumenti di pianificazione territoriale, paesistica e urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standard urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento comunicati dall' U.T.C. o dall'Organo regionale.

Art. 19

(Misure di riduzione dell'impatto delle strutture di vendita)

1) Nei casi di rilascio delle autorizzazioni alla vendita per esercizi con superficie di vendita superiori a mq. 2500, l'esercente dovrà presentare un progetto di opere o servizi destinato alla mitigazione dell'impatto dell'esercizio sulla rete di vendita degli esercizi di vicinato.

2) Tale progetto sarà valutato dall'amministrazione con il parere obbligatorio ma non vincolante delle associazioni locali dei commercianti in relazione alla situazione del momento. In tale sede potrà essere proposta modifica ed integrazione dell'oggetto del progetto, fermo restando la valutazione della congruità del progetto.

ART.20

(Pubblicità dei prezzi)

1. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, devono 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.

2. Quando sono esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.

3. I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trova già impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, in modo che risulti facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dall'applicazione del comma 2.

5. Restano salve le disposizioni vigenti circa l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita al dettaglio per unità di misura.

Art. 21

(Vendite straordinarie)

DEFINIZIONI

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

2. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di: cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali e possono essere effettuate in qualunque momento dell'anno, previa comunicazione al Comune dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti.

3. 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.

4. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente dettagliante per tutti o una parte dei prodotti merceologici e per periodi di tempo limitato.

5. Nelle vendite disciplinate dal presente articolo lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposto.

DISCIPLINA

1) Alle vendite straordinarie si applica il Regolamento regionale del 23 dicembre 2004 n. 12

TITOLO IV

PARCHEGGI

Art. 22

(Dotazione di aree a parcheggio)

Il rilascio dell'autorizzazione all'apertura, al trasferimento di sede, all'estensione del settore merceologico, delle medie e grandi strutture di vendita come definite nell'art.6 è soggetta alla realizzazione degli standard di parcheggio previsti

STANDARD DI PARCHEGGIO

1. Il rilascio dell' autorizzazione per l'apertura di nuove strutture di vendita comporta, oltre alla realizzazione degli standard urbanistici pubblici previsti dalla normativa vigente, **la realizzazione dei seguenti standard minimi di parcheggio** (pertinenziali , ubicazione anche separate) a servizio dell'utenza.

2. Per le medie strutture di vendita

Mq. parcheggio/mq	Standard	- 251-600 mq.	- 601-1500 mq.	- 1501-2500 mq.
Sup. di vendita	Urbanistici	Sup. di vendita	Sup. di vendita	Sup. di vendita
		> 400 mq		

Alimentari e misti	1,5 mq.	0.7 mq.	1 mq.	1.5 mq.
--------------------	---------	---------	-------	---------

Beni persona	1,5 mq.	0.5 mq.	0.8 mq.	1 mq.
--------------	---------	---------	---------	-------

Altri beni e beni a basso impatto	1,5 mq.	0.4 mq.	0.5 mq.	0.8 mq.
-----------------------------------	---------	---------	---------	---------

3. Per le grandi strutture di vendita

Mq. parcheggio/mq sup. di vendita	> 2500 mq.
-----------------------------------	------------

Alimentari e misti	1,5 mq.	2.5 mq.
--------------------	---------	---------

Beni persona	1,5 mq.	2 mq.
--------------	---------	-------

Altri beni	1,5 mq.	1.5 mq.
------------	---------	---------

4. Centri commerciali e aree commerciali integrate

Centri commerciali
relativi alle

I parcheggi minimi sono dati dalla somma degli standard relativi alle singole strutture commerciali autorizzate.

Aree commerciali integrate
relativi alle

I parcheggi minimi sono dati dalla somma degli standard relativi alle singole strutture commerciali autorizzate.

TITOLO V

PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE

ART 23

(Sviluppo del Centro storico)

Il programma dell'Amministrazione di valorizzazione delle tradizioni popolari, della conservazione urbanistica del centro antico e della valorizzazione delle tipicità architettoniche cittadine induce a disciplinare lo sviluppo commerciale nel centro antico e centro storico nei confini territoriali individuati nell'allegata planimetria sub b) al presente regolamento.

In esso sarà possibile l'apertura di soli negozi di vicinato con le mercelogie previste dal comma 2 lett. a, b, e c, comprese le oreficerie artistiche dell'art. 6 del presente regolamento con

esclusione per la vendita degli altri beni non alimentari a basso contenuto urbanistico, attesa la inesistenza di ampi locali nell'area interessata e l'impatto ambientale.

La vendita di prodotti alimentari tipici cittadini ovvero pugliesi sarà incentivata con l'autorizzazione all'apertura antimeridiana dei giorni festivi e domenicali in cui si svolgano manifestazioni sponsorizzate dal Comune.

Art. 24

(Previsioni insediamento Medie Strutture di vendita)

Il monitoraggio della esistente rete di vendita presenta di fatto:

- una situazione satura della domanda riferita alla zona centrale della città,
- relativamente carente nella zona a ponente della città
- piuttosto insufficiente nella zona a levante.

Di contro si riscontra una forte domanda di apertura di esercizi di media struttura nella zona ASI a corollario dell'offerta commerciale ed implementazione delle due grosse realtà commerciali di prossima apertura: Parco Città di Molfetta e dalla Platone . La domanda forte si spiega per la situazione ottimale di accesso alla zona commerciale dell'Asi, servita dall'autostrada, dalla statale 16 bis, dalla provinciale per Bisceglie a ridosso di una città in espansione portuale il quale sarà servito da rete ferroviaria di collegamento.

Sono poi da considerare le aree urbane di espansione e non, già previste dal P.R.G., che certamente non possono che essere prese in considerazione attesa la loro natura a servizio degli insediamenti.

Da tanto discende la conseguenza, "necessitata" di previsioni di insediamenti commerciali di medie strutture di vendita, che sono, per quanto attiene al territorio più circoscritto urbanizzato, una mera presa d'atto di quanto disposto in atti programmatici già deliberati (aree in P.R.G.) ed una scelta ineludibile per quanto attiene alle aree concesse come commerciali nel piano ASI.

Saranno possibili nel triennio di validità del Piano nuovi insediamenti fino:

- alla tipologia M1 e cioè fino a superficie di vendita di mq. 600 nelle aree del centro storico come individuate in planimetria in ragione di n. 4 esercizi, con la incentivazione della localizzazione del parcheggio prevista all'art. 14 ultimo comma.
- alla tipologia M2 e cioè fino a superficie di vendita di mq. 1500 :
 - nelle aree centrali ex zona D) in ragione di n. 2 esercizi
 - nell'ambito dell'Intervento consorzio Meral del P.R.G. – via Giovinazzo Km. 778,600, in ragione di n. 1 esercizio (allegato cartografico)
- alla tipologia M3 e cioè fino a superficie di vendita di mq. 2500 nelle aree di espansione del P.R.G in ragione di n. 1 esercizio per zona di comparto.
- alla tipologia G.1 cioè fino a superficie di vendita di mq. 4500 se prevista all'interno di insediamenti consorzio MERAL del P.R.G. in ragione di n. 1 esercizio
- Zona ASI: potranno essere insediate n. 6 medie strutture di vendita con dimensionamento M3 esclusivamente per la vendita di beni del settore non alimentare a basso impatto urbanistico previsti all'art. 6 comma 2, lett. d)
- non sono previsti nel triennio altre tipologie di insediamenti .

Tutti gli insediamenti, con esclusione di quelli previsti nel centro storico con dimensionamento M1, sono tenuti in ogni caso ad uniformarsi alla disciplina prevista per gli strumenti di mitigazione dell'impatto ambientale rappresentato da urbanizzazioni o incentivi per il commercio della rete commerciale in atto.

art. 25

(Previsioni insediamento Grandi Strutture di vendita)

Per questa tipologia, la presenza del Parco Commerciale OUTLEL e della grande struttura di vendita, promotore Platone esaurisce, senza dubbio alcuno qualsiasi altra previsione, essendo la stessa esaustiva di ogni esigenza della rete di vendita di riferimento nel triennio di vigore del Piano

art. 26

Destinazione delle somme a mitigazione dell'impatto ambientale sulla rete distributiva per l'apertura della grande struttura di vendita promotore Platone

Le somme a mitigazione dell'impatto ambientale sulla rete distributiva per l'apertura della grande struttura di vendita promotore Platone sono destinate a finanziare il progetto di realizzazione di un parcheggio in superficie ed interrato, ricompreso tra via Piccinni e via Leoncavallo.

TITOLO VI

SANZIONI E NORME FINALI

art. 27 (Sanzioni)

1. Chiunque viola le disposizioni di cui agli articoli 7, art. 8, art. 9 commi 1, 2 e 3 art. 16 comma 4, del presente regolamento, è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 2 mila 500 a euro 15 mila.

2. In caso di particolare gravità o di recidiva la competente autorità comunale, che ha emesso l'autorizzazione, deve inoltre disporre la sospensione dell'attività di vendita per un periodo inferiore a cinque e superiore a venti giorni lavorativi. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.
3. Le violazioni alle disposizioni di cui all'articolo 9 comma 3 e alle altre disposizioni contenute negli altri articoli della legge regionale n. 11/2003 con il medesimo importo edittale se non riportate nel presente regolamento sono punite con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 500 a euro 3 mila.
4. L'autorizzazione all'apertura a revocata qualora il titolare:
 - a) non inizia l'attività di una media struttura di vendita entro un anno dalla data del rilascio o entro due anni se trattasi di una grande struttura di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
 - b) sospende l'attività per un periodo superiore a un anno;
 - c) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all' articolo 7;
 - d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi del comma 2.
5. La competente autorità comunale ordina la chiusura di un esercizio di vicinato qualora il titolare:
 - a) sospende l' attività per un periodo superiore ad anno;
 - b) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 7 comma 1;
 - c) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi del comma 2.
6. In caso di svolgimento abusivo dell'attività la competente autorità comunale ordina la chiusura immediata dell'esercizio di vendita.

7. La Regione può richiedere al Comune la chiusura di un esercizio non in possesso dell'autorizzazione di cui all' articolo 8 ovvero la revoca dell'autorizzazione rilasciata in maniera non conforme al presente regolamento o alla legge.

Art.28

Norma di rinvio

Per tutto quanto non disciplinato nel presente provvedimento si rinvia alla normativa nazionale, regionale e regolamentare comunale in materia ed in quanto applicabile

Art.29

Abrogazioni

Dopo l'approvazione del presente Regolamento si intendono abrogate tutte le disposizioni comunali in contrasto con il presente