

Molise

L.R. 27-9-1999 n. 33

Disciplina regionale del commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante: «Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4 della legge 18 marzo 1997, n. 59».

Pubblicata nel B.U. Molise 1° ottobre 1999, n. 18.

L.R. 27 settembre 1999, n. 33 ⁽¹⁾.

(giurisprudenza)

Disciplina regionale del commercio in attuazione del [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#), recante: «Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4 della legge 18 marzo 1997, n. 59» ^{(2) (3)}.

⁽¹⁾ Pubblicata nel B.U. Molise 1° ottobre 1999, n. 18.

⁽²⁾ Il Commissario di Governo nella Regione Molise, nell'apportare il visto alla presente legge, ha annotato quanto segue: «Con l'occasione il Governo ha preso atto dell'impegno preso dall'Assessore regionale al commercio con nota, n. 17076 del 20 settembre u.s., ad adottare entro e non oltre il prossimo 31 ottobre, l'atto di individuazione degli obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, al fine di non procrastinare ulteriormente il divieto all'apertura».

⁽³⁾ Con [Delib.G.R. 2 aprile 2007, n. 385](#) sono stati approvati gli obiettivi di presenza e sviluppo della grande distribuzione.

TITOLO I

Principi e criteri generali

Art. 1

Oggetto e finalità della legge.

1. La presente legge, in attuazione del [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#), stabilisce i principi e le norme che regolano l'esercizio dell'attività commerciale nel territorio della Regione Molise.

2. La disciplina del commercio si ispira alle seguenti finalità:

a) la trasparenza del mercato, la libera concorrenza, la libertà di impresa, la libera circolazione delle merci;

b) la realizzazione di una rete distributiva regionale efficiente ed integrata con gli altri comparti del terziario;

c) la compatibilità degli insediamenti commerciali di più ampia dimensione con le esigenze di razionalizzazione della rete commerciale e di riqualificazione del tessuto urbano;

d) la riqualificazione e salvaguardia dei servizi commerciali nelle aree urbane, rurali e montane con particolare riguardo alle piccole imprese;

e) la rivitalizzazione e valorizzazione dei centri storici;

f) la semplificazione dei procedimenti amministrativi;

g) la tutela del consumatore con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento ed al servizio di prossimità.

3. Per quanto non previsto dalla presente legge regionale valgono le disposizioni del [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#).

Art. 1-bis ⁽⁴⁾

1. La Regione, per le finalità di cui alla presente legge, può finanziare manifestazioni e progetti proposti da enti pubblici e loro associazioni e da associazioni di categoria facenti parte del C.N.E.L.

[\(4\)](#) Articolo aggiunto dall'art. 1, [L.R. 23 novembre 2010, n. 20](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge).

Art. 2

Zone ad alta vocazione commerciale.

1. Ai fini della presente legge sono individuate le seguenti zone ad alta vocazione commerciale:

a) la zona comprendente i comuni di Campobasso, Baranello, Busso, Ferrazzano, Campodipietra, Matrice, Mirabello Sannitico, Oratino, Ripalimosani, Toro e Vinchiaturò;

b) la zona comprendente i comuni di Bojano, Campochiaro e San Polo Matese;

c) la zona comprendente i comuni di Isernia, Macchia d'Isernia, Pesche, Pettoranello del Molise e Sant'Agapito;

d) la zona comprendente i comuni di Venafrò e Pozzilli;

e) la zona comprendente i comuni di Termoli, Campomarino, Guglionesi, Larino, Montenero di Bisaccia, Petacciato e San Giacomo degli Schiavoni.

TITOLO II

Compiti dei comuni e della Regione in materia di urbanistica commerciale

Art. 3

Compiti dei comuni.

1. Entro 180 giorni dall'entrata in vigore della presente legge, i comuni, in attuazione di quanto previsto dall'[articolo 6 del decreto legislativo n. 114/1998](#):

a) predispongono un efficiente sistema di monitoraggio della distribuzione commerciale anche al fine del conferimento dei dati all'Osservatorio regionale previsto dall'articolo 18;

b) provvedono ad adeguare i propri strumenti urbanistici ed i propri regolamenti di polizia locale alle disposizioni della presente legge e, per quanto non previsto, del [decreto legislativo n. 114/1998](#).

2. Decorso inutilmente il termine di cui al comma 1, la Regione, limitatamente all'adempimento previsto alla lettera b) dello stesso comma, provvede in via sostitutiva, tramite commissario ad acta, ai sensi dell'[articolo 6, comma 6 del decreto legislativo n. 114/1998](#).

3. Nell'adeguare gli strumenti urbanistici i comuni suddividono il proprio territorio in aree o zone commerciali omogenee, in relazione alle quali prevedono la localizzazione delle medie e delle grandi strutture di vendita privilegiando i seguenti obiettivi di razionalizzazione della rete commerciale:

a) riduzione o prevenzione della congestione delle aree centrali urbane;

b) sviluppo sociale ed economico delle zone urbane periferiche;

c) corretta integrazione della rete commerciale con il sistema infrastrutturale, con particolare riguardo alle esigenze dell'accessibilità pedonale e veicolare nonché della sicurezza della circolazione stradale.

4. I comuni, altresì, individuano i siti e le zone di particolare interesse artistico, storico e naturale, nonché, in generale, gli elementi di decoro e di arredo urbano, in relazione ai quali stabiliscono i vincoli cui sono sottoposti gli insediamenti commerciali.

5. L'adeguamento dello strumento urbanistico di cui al comma 1, lettera b), è adottato previa consultazione delle associazioni dei consumatori e degli esercenti il commercio maggiormente rappresentative in ambito provinciale.

6. I comuni disciplinano la procedura di autorizzazione all'apertura di medie e grandi strutture di vendita prevedendo la contestualità del rilascio della concessione o autorizzazione edilizia.

Art. 4

Compiti della Regione.

1. Ai soli fini dell'attuazione della presente legge, è di competenza della Giunta regionale approvare gli atti comunali di adeguamento degli strumenti urbanistici di cui all'articolo 3.

2. L'approvazione viene deliberata entro 90 giorni dal ricevimento dell'atto di adozione delle modifiche allo strumento urbanistico. Decorso inutilmente il termine, l'atto si intende approvato.

3. Il termine di cui al comma 2 è interrotto in caso di richiesta di chiarimenti o elementi integrativi di giudizio. L'atto si intende approvato decorsi 30 giorni dal ricevimento dei chiarimenti o degli elementi integrativi richiesti.

4. Con successiva legge regionale di riordino, da adottarsi entro un anno dalla data di entrata in vigore della presente legge, saranno definite le funzioni delle province concernenti la pianificazione territoriale, ai sensi dell'[articolo 15 della legge n. 142/1990](#), nonché i rapporti tra i diversi livelli di pianificazione con particolare riferimento alla programmazione della rete commerciale.

5. Annualmente, la Giunta regionale, tenuto conto dei dati forniti dall'Osservatorio di cui all'articolo 18, sentite le associazioni dei comuni e sentita la Commissione consiliare competente, individua, per ciascuna delle aree sovracomunali indicate nell'allegato "A", gli obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, nel rispetto del principio della libera concorrenza e sulla base di criteri di compatibilità con l'assetto del

territorio e delle infrastrutture nonché con la popolazione residente e fluttuante. Decorsi inutilmente trenta giorni dal ricevimento del progetto di provvedimento, il parere della Commissione consiliare si intende reso in senso favorevole ⁽⁵⁾.

(5) Comma così sostituito dall'art. 2, [L.R. 23 novembre 2010, n. 20](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge). Il testo originario era così formulato: «5. Annualmente, la Giunta regionale, tenuto conto dei dati e delle valutazioni fornite dall'Osservatorio di cui all'articolo 18, sentite le associazioni degli enti locali, individua, per ciascuna delle aree sovracomunali indicate nell'allegato A, gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita, nel rispetto del principio della libera concorrenza e sulla base di congrui criteri di compatibilità con l'assetto del territorio e delle infrastrutture nonché con la popolazione residente e fluttuante. In fase di prima applicazione, la predetta individuazione ha luogo entro otto mesi dall'entrata in vigore della presente legge.».

TITOLO III

Indirizzi e criteri di programmazione della rete commerciale

Art. 5

Compatibilità territoriale delle medie strutture di vendita.

1. Le medie strutture di vendita si ripartiscono, ai fini della presente legge, in medie strutture alimentari o miste e medie strutture non alimentari.
2. Salvo quanto previsto ai successivi commi 4 e 5, le medie strutture, nei comuni con popolazione fino a 3.000 abitanti, non hanno superficie di vendita superiore a 600 mq.
3. I comuni con popolazione superiore a 5.000 abitanti, nell'adeguare i propri strumenti urbanistici ai sensi dell'articolo 3, possono ripartire la classificazione delle medie strutture di vendita alimentari o miste e delle medie strutture di vendita non alimentari in due rispettive categorie dimensionali, entro i limiti di cui all'[articolo 4, comma 1, lettera e\) del decreto legislativo n. 114/1998](#), ai fini della localizzazione delle stesse sul territorio comunale.
4. Il limite dimensionale di cui al comma 2 può essere derogato per esercizi commerciali, che, per la natura delle merci trattate, quali veicoli a motore, arredamento, elettrodomestici, macchine agricole e da cantiere ed altre, necessitano di ampi spazi espositivi.

5. Il medesimo limite può altresì essere derogato nei territori dei comuni compresi nelle zone ad alta vocazione commerciale nonché, in generale, per esercizi da attivarsi in siti ubicati a distanza inferiore, in linea d'aria, ad un chilometro dall'accesso a strade di interesse regionale o di comunicazione interregionale, comprese le autostrade, o da strade di ingresso all'area urbana di comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti.

6. Nell'adeguare i propri strumenti urbanistici, i comuni individuano i requisiti minimi per l'apertura, l'ampliamento di superficie, l'ampliamento dei settori merceologici ed il trasferimento delle medie strutture di vendita, conformemente alle finalità di cui all'articolo 1, comma 2 e agli obiettivi di cui all'articolo 3, comma 3, della presente legge.

7. Nei centri storici non può essere consentita l'apertura di medie strutture aventi superficie di vendita superiore a mq. 400.

Art. 6

Compatibilità territoriale delle grandi strutture di vendita.

1. Le grandi strutture di vendita si ripartiscono, ai fini della presente legge, in grandi strutture alimentari o miste e grandi strutture non alimentari.

2. Le grandi strutture di vendita possono essere autorizzate esclusivamente nei comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti e nei comuni, con popolazione inferiore, compresi nelle zone ad alta vocazione commerciale di cui all'articolo 2.

3. I comuni possono stabilire che le grandi strutture con superficie di vendita superiore a mq. 5.000 siano realizzate esclusivamente nella forma di centro commerciale e a condizione che la superficie di vendita occupata da esercizi di vicinato e da medie strutture risulti pari ad almeno il 50% della superficie totale.

4. Le grandi strutture non possono insediarsi nelle zone di cui alle lettere A) e B) dell'articolo 2 del [D.M. 2 aprile 1968](#), [n. 1444].

5. Il vincolo di cui al comma 2 può essere derogato per le strutture da allocarsi in siti ubicati a distanza inferiore, in linea d'aria, ad un chilometro dall'accesso a strade di interesse regionale o di comunicazione interregionale, comprese le autostrade, o da strade di accesso all'area urbana di comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti. In ogni caso le deroghe sono ammissibili solo per siti ubicati ad almeno un chilometro dal perimetro di qualsiasi centro edificato.

6. Le aree in cui è consentito autorizzare l'apertura di grandi strutture di vendita sono preventivamente individuate dagli strumenti urbanistici ai sensi dell'articolo 3 e devono essere servite da infrastrutture viarie atte a consentire il raggiungimento e l'accesso, da parte dei consumatori, in condizioni di agevolezza e di sicurezza per la circolazione pedonale e veicolare.

Art. 7

Compatibilità funzionale delle grandi strutture di vendita.

1. Le grandi strutture di vendita di nuova realizzazione devono prevedere, nel progetto da allegare all'istanza, i seguenti servizi minimi da realizzare all'interno o in adiacenza alla struttura commerciale:

a) servizi igienici a disposizione della clientela nel rapporto di uno per ogni 2.000 mq. di superficie di vendita con il minimo di un servizio;

b) almeno un servizio igienico a disposizione dei portatori di handicap;

c) ingressi, passaggi, rampe ed altri elementi strutturali e di servizio adeguati alle norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche;

d) servizio di pagamento bancomat e carte di credito;

e) pubblico esercizio di somministrazione di bevande.

2. Le grandi strutture comunque devono essere dotate di parcheggi per la sosta stanziale all'interno degli edifici o nell'area di pertinenza degli stessi nella misura stabilita dall'[articolo 2, comma 2, della legge 24 marzo 1989, n. 122](#), maggiorata degli spazi per il parcheggio temporaneo dei mezzi di movimentazione delle merci.

3. I comuni possono rilasciare le autorizzazioni, licenze e permessi comunali attinenti ai servizi minimi di cui ai precedenti commi anche in deroga ai propri strumenti di programmazione o a disposizioni regionali limitative.

Art. 8

Attività commerciali, artigianali e di somministrazione nei centri storici e centri commerciali naturali ⁽⁶⁾.

1. I Comuni, nell'adeguare i propri strumenti urbanistici ai sensi dell'articolo 3, prevedono e favoriscono la concentrazione nei centri storici

degli esercizi di vicinato e di attività artigianali, di produzione e di servizio, riflettenti le tradizioni e la cultura locale.

2. È individuata come centro storico l'area definita ai sensi della lettera A) dell'*articolo 2 del D.M. 2 aprile 1968, n. 1444*.

3. Ai fini di cui al comma 1, i Comuni con popolazione residente pari o superiore a 3.000 abitanti:

a) prevedono adeguate opere di urbanizzazione e misure concernenti la realizzazione di parcheggi nelle aree prossime al centro storico;

b) predispongono soluzioni di mobilità atte a facilitare l'accesso e la circolazione pedonale;

c) individuano nel centro storico aree da destinare a mostre mercato di prodotti artistici, artigianali e di interesse culturale, collezionistico e amatoriale, di fiori, piante ed altri;

d) possono individuare nel centro storico aree nelle quali non è consentito l'insediamento di medie strutture di vendita;

e) predispongono interventi di arredo urbano atti a promuovere l'area del centro antico quale luogo di incontro e di aggregazione sociale;

f) stabiliscono la quota del contributo del costo di costruzione avendo particolare riguardo alle finalità di cui al comma 1;

4. Gli interventi previsti al comma 3 sono facoltativi per i Comuni aventi popolazione residente inferiore a 3.000 abitanti.

5. Gli interventi che i Comuni predispongono in attuazione del comma 3, possono essere finanziati dalla Regione fino alla misura del 40 per cento della spesa ⁽⁷⁾.

6. La Giunta regionale adotta, sulla base dei criteri e modalità predeterminati con proprio atto, un piano di assegnazione dei contributi previsti al comma 5.

7. La Regione favorisce la costituzione e lo sviluppo dei centri commerciali naturali, di cui al comma 8, costituiti nella forma di società consortile.

8. Per "centro commerciale naturale" si intende un sistema di esercizi coordinati ed integrati tra loro per una comune politica di sviluppo e promozione di un territorio determinato e delle attività economiche in esso allocate.

9. Ai fini di cui al comma 7, la Regione finanzia i progetti elaborati dai centri commerciali naturali che siano oggetto di apposita intesa con il comune territorialmente competente ed eventualmente con le associazioni di categoria, le associazioni dei consumatori ed altri soggetti pubblici e privati. Alla Regione è riservato il controllo sulla spesa finanziata.

10. La Giunta regionale stabilisce con proprio atto gli obiettivi, i criteri e le modalità per la presentazione dei progetti di cui al comma 9 e individua nello stesso le spese ammissibili, l'intensità di agevolazione concedibile e le modalità di rendicontazione, sentite le associazioni dei commercianti e dei consumatori.

11. I provvedimenti della Giunta regionale che disciplinano i finanziamenti di cui ai commi 9 e 10 sono soggetti alle procedure di verifica di compatibilità ai sensi degli articoli 87 e 88 del Trattato istitutivo della Comunità europea.

(6) Articolo così sostituito dall'art. 3, *L.R. 23 novembre 2010, n. 20*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge), poi così modificato come indicato nella nota che segue. Vedi anche, per le norme transitorie, l'art. 15, comma 1, della medesima legge. Il testo originario era così formulato: «Art. 8. Attività commerciali e artigianali nei centri storici. 1. Per ali effetti di quanto previsto dall'*articolo 6, comma 3, lettera c) del decreto legislativo n. 114/1998*, i comuni, nell'adeguare i propri strumenti urbanistici ai sensi dell'articolo 3, favoriscono la concentrazione nei centri storici degli esercizi di vicinato e di attività artigianali, di produzione e di servizio, riflettenti le tradizioni e la cultura locale.

2. È individuata come centro storico l'area definita ai sensi della lettera A) dell'articolo 2 del decreto interministeriale 2 aprile 1968, n. 1444.

3. Ai fini di cui al comma 1, i comuni:

a) prevedono adeguate opere di urbanizzazione nonché misure concernenti la realizzazione di parcheggi nelle aree prossime al centro storico;

b) predispongono soluzioni di mobilità atte a facilitare l'accesso e la circolazione pedonale;

c) individuano nel centro storico aree da destinare a mostre mercato di prodotti artistici, artigianali e di interesse culturale, collezionistico e amatoriale e di fiori e piante;

d) individuano nel centro storico aree nelle quali non è consentito l'insediamento di medie strutture di vendita;

e) predispongono interventi di arredo urbano atti a promuovere l'area del centro antico quale luogo di incontro e di aggregazione sociale;

f) stabiliscono la quota del contributo del costo di costruzione avendo particolare riguardo alle finalità del presente articolo.

4. Gli interventi che i comuni predispongono in attuazione delle previsioni dagli stessi adottate ai sensi dei commi 1 e 2 sono finanziati dalla Regione

nella misura del 40% della spesa massima ammissibile di lire 200 milioni per i comuni con popolazione superiore a 5.000 abitanti e di lire 100 milioni per i comuni con popolazione pari o inferiore a 5.000 abitanti.

5. Per ciascuno degli anni 2000, 2001 e 2002, la Giunta regionale adotta un piano di assegnazione dei contributi previsti al comma 4 sulla base dei criteri di priorità predeterminati dal Consiglio regionale, delle domande pervenute dai comuni e previo parere di una apposita commissione tecnica composta da due dirigenti regionali ed un esperto esterno in urbanistica.

6. I comuni possono esonerare gli esercizi di vicinato ubicati nel centro storico dall'obbligo di chiusura domenicale, festiva, infrasettimanale e notturna e possono regolamentare in maniera più ampia gli orari di vendita in deroga alle disposizioni generali.

7. Per il periodo di due anni dall'entrata in vigore della presente legge, i comuni possono sospendere o inibire gli effetti della comunicazione di apertura degli esercizi di vicinato nel centro storico per evitare pregiudizio alla realizzazione di programmi di qualificazione urbanistico - commerciale, finalizzati ad infrastrutture e servizi, già adottati in relazione o nell'ambito dell'adeguamento degli strumenti urbanistici di cui all'articolo 3, o comunque vigenti.».

(7) Comma così modificato dall'art. 35, comma 1, lettera a), L.R. 26 gennaio 2012, n. 2, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 81 della stessa legge).

Art. 9

Disposizioni particolari per i comuni minori e per i comuni montani ⁽⁸⁾.

1. Nei comuni, nelle frazioni ed altre aree con popolazione inferiore a 500 abitanti, nonché nei comuni montani con popolazione residente inferiore a 1000 abitanti, è data facoltà di svolgere congiuntamente in un solo esercizio, oltre all'attività commerciale, altri servizi di particolare interesse per la collettività, quali i servizi di telefax e collegamento Internet, di sportello turistico, di biglietteria ed altri.

2. I servizi di cui al comma 1 sono svolti in base a convenzioni con i comuni. A tal fine i predetti enti assumono le necessarie iniziative anche individuando altre categorie di servizi, formulano proposte ai relativi gestori ed agli stessi propongono le misure di finanziamento.

3. La Giunta regionale, sentite le associazioni regionali dei commercianti e dei consumatori, predispone specifici strumenti di sostegno e di promozione delle attività commerciali operanti nei comuni con popolazione residente inferiore a 1000 abitanti, nei comuni montani con popolazione residente inferiore a 2000 abitanti e nelle frazioni ed altre

aree con popolazione inferiore a 500 abitanti, anche prevedendo l'assegnazione di contributi annuali agli esercizi che erogano servizi aggiuntivi ai sensi del comma 1.

4. I contributi di cui al comma 3 sono concessi in osservanza delle condizioni prescritte dal [regolamento \(CE\) n. 1998/2006](#) della Commissione del 15 dicembre 2006 relativo all'applicazione degli articoli 87 e 88 del Trattato CE agli aiuti di importanza minore ("de minimis"), pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea serie L n. 379 del 28 dicembre 2006.

(8) Articolo così sostituito dall'art. 4, [L.R. 23 novembre 2010, n. 20](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge). Il testo originario era così formulato: «Art. 9. Disposizioni particolari per i comuni minori e per i comuni montani. 1. Secondo quanto disposto dall'[articolo 10, comma 1, lettera a\)](#), del [decreto legislativo n. 114/1998](#), nei comuni, nelle frazioni ed altre aree con popolazione inferiore a 3.000 abitanti, nonché nei comuni appartenenti a Comunità montane, è data facoltà di svolgere congiuntamente in un solo esercizio, oltre all'attività commerciale, altri servizi di particolare interesse per la collettività, quali i servizi di telefax e collegamento Internet, di sportello turistico, di biglietteria ed altri.

2. I servizi di cui al comma 1 sono svolti preferibilmente in base a convenzioni con soggetti pubblici o privati, secondo condizioni generali che vengono preventivamente concordate con le Comunità montane o con le province per i territori non montani. A tal fine i predetti enti assumono le necessarie iniziative, anche individuando altre categorie di servizi e formulando proposte ai relativi gestori, e, al contempo, propongono ai comuni le misure di agevolazione tributaria nei termini previsti dall'[articolo 10, comma 1, lettera a\)](#), del [decreto legislativo n. 114/1998](#).».

TITOLO IV

Condizioni e procedure per il rilascio delle autorizzazioni.

Art. 10

Condizioni per l'autorizzazione all'apertura e all'ampliamento delle medie strutture di vendita e relative priorità.

1. I comuni rilasciano le autorizzazioni per l'apertura, l'accorpamento, il trasferimento, l'ampliamento merceologico o di superficie di medie strutture di vendita sulla base dei criteri fissati nello strumento urbanistico e dei criteri di cui alla presente legge, nonché di quanto previsto dall'[articolo 8 del decreto legislativo n. 114/1998](#).

2. L'autorizzazione all'apertura o all'ampliamento di superficie di una media struttura di vendita è dovuta, ai sensi dell'*articolo 10, comma 3, del decreto legislativo n. 114/1998*, qualora concorrano le seguenti condizioni:

a) che l'operazione avvenga per concentrazione o accorpamento di servizi commerciali autorizzati ai sensi dell'*articolo 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426*, per generi di largo e generale consumo;

b) che non siano superati i limiti dimensionali fissati dai comuni e dalla presente legge;

c) che la domanda sia accompagnata da dichiarazione d'impegno, concordata con le organizzazioni sindacali dei lavoratori di categoria, all'integrale reimpiego del personale già operante negli esercizi commerciali da concentrare o accorpare.

3. Due o più domande di autorizzazione all'apertura di medie strutture si intendono concorrenti quando risultano inviate al Comune entro 30 giorni dal ricevimento della prima.

4. Tra più domande concorrenti hanno priorità quelle che prevedono la concentrazione o l'accorpamento di almeno due medie strutture preesistenti, ciascuna in attività da almeno tre anni, e sempre che concorrano le seguenti condizioni:

a) la somma delle superficie di vendita cui si rinuncia deve essere almeno pari all'80% della superficie della nuova struttura;

b) la domanda deve essere accompagnata dalla dichiarazione, concordata con le organizzazioni sindacali dei lavoratori di categoria, di impegno all'integrale reimpiego del personale già operante negli esercizi commerciali da concentrare o accorpare.

5. Per gli esercizi appartenenti al settore non alimentare, è riconosciuta priorità alle domande di chi ha frequentato un corso di formazione professionale per il commercio o risulta in possesso di adeguata qualificazione ai sensi dell'articolo 13. In caso di società, il requisito si accerta in relazione al legale rappresentante.

6. Il requisito di cui al comma 4 ha prevalenza su quello di cui al comma 5.

7. A parità di requisiti tra domande concorrenti, è riconosciuta preferenza alla domanda con la quale sono prospettate migliori soluzioni di compatibilità funzionale, urbanistica ed ambientale, fermo restando il rispetto delle condizioni minimali previste dallo strumento urbanistico, ovvero la presenza stabile di ulteriori servizi al consumatore.

8. Fatto salvo quanto disposto dal comma 2, la presentazione delle domande di autorizzazione all'apertura, trasferimento, ampliamento merceologico o di superficie, accorpamento di medie strutture è sospesa

fino a quando non sia efficace la variazione dello strumento urbanistico di cui all'articolo 3.

(giurisprudenza)

Art. 11

Condizioni per l'autorizzazione all'apertura di grandi strutture di vendita e relative priorità.

1. Il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura di grandi strutture di vendita è subordinato alla sussistenza delle seguenti condizioni:

a) rispetto delle disposizioni in materia di urbanistica commerciale previste in atti regionali e comunali;

b) sussistenza dei requisiti di compatibilità territoriale dell'insediamento di cui al precedente articolo 6;

c) sussistenza delle caratteristiche qualitative minime di cui al precedente articolo 7;

d) verifica di ogni altra condizione richiesta dalla presente legge e dal [decreto legislativo n. 114/1998](#).

2. Agli effetti del presente articolo per apertura di una grande struttura di vendita si intende:

a) la realizzazione di una nuova struttura che non abbia alcun collegamento con altre già esistenti;

b) l'ampliamento di una media struttura di vendita oltre i valori massimi previsti dal [decreto legislativo n. 114/1998](#);

c) l'accorpamento di due o più esercizi commerciali in una grande struttura di vendita;

d) la rilocalizzazione in altro Comune di una grande struttura di vendita con cessazione di attività e rinuncia e contestuale consegna dell'autorizzazione;

e) il trasferimento di una grande struttura nell'ambito territoriale dello stesso Comune.

3. Due o più domande di autorizzazione all'apertura di grande struttura si intendono concorrenti quando insistono sullo stesso territorio comunale, sulla stessa zona ad alta vocazione commerciale o comunque su territori di comuni tra loro distanti non più di 30 chilometri per via stradale e che

risultano inviate al Comune di competenza entro 30 giorni dal ricevimento della prima.

4. Tra più domande concorrenti per l'apertura di grandi strutture di vendita hanno priorità quelle che prevedono la concentrazione o l'accorpamento di almeno due medie o grandi strutture, ciascuna in attività di almeno tre anni, e sempre che concorrano le seguenti condizioni:

a) la somma delle superfici di vendita cui si rinuncia deve essere almeno pari all'80% della superficie della nuova struttura;

b) la domanda deve essere accompagnata da dichiarazione di impegno, concordata con le organizzazioni sindacali dei lavoratori di categoria, all'integrale reimpiego del personale.

5. Per gli esercizi appartenenti al settore non alimentare costituisce requisito di priorità la domanda di chi ha frequentato un corso di formazione professionale per il commercio o risulta in possesso di adeguata qualificazione ai sensi dell'articolo 13. In caso di società il requisito si accerta in relazione al legale rappresentante.

6. Il requisito di cui al comma 4 ha prevalenza su quello di cui al comma 5.

7. A parità di requisiti tra domande concorrenti è riconosciuta preferenza alla domanda con la quale sono prospettate migliori soluzioni di compatibilità funzionale, urbanistica ed ambientale, fermo restando il rispetto delle condizioni minimali previste dallo strumento urbanistico, ovvero la presenza stabile di ulteriori servizi al consumatore.

8. L'autorizzazione all'ampliamento delle grandi strutture di vendita è dovuta, ai sensi dell'*articolo 10, comma 3 del decreto legislativo n. 114/1998*, qualora concorrano le seguenti condizioni:

a) che avvenga per concentrazione o accorpamento di esercizi commerciali autorizzati ai sensi dell'*articolo 24 della legge n. 426/1971* per generi di largo e generale consumo, sempre che gli esercizi accorpati provengano dallo stesso comune o dalla stessa zona ad alta vocazione commerciale;

b) che la domanda sia accompagnata da dichiarazione d'impegno, concordata con le organizzazioni sindacali dei lavoratori di categoria, all'integrale reimpiego del personale già operante negli esercizi commerciali da concentrare;

c) che non vengano superati i limiti dimensionali previsti dalla presente legge e dagli strumenti urbanistici.

9. Sino alla pubblicazione dell'atto con cui la Giunta regionale individua gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita ai sensi del comma 5 dell'articolo 4, e comunque non oltre otto mesi dall'entrata

in vigore della presente legge, non possono essere autorizzate nuove grandi strutture oltre il limite di mq. 15.000 complessivi di superficie di vendita per ciascuna delle aree sovracomunali indicate nell'allegato A.

10. Fatto salvo quanto disposto dal comma 8, la presentazione delle domande di autorizzazione all'apertura, trasferimento, ampliamento merceologico o di superficie, accorpamento di grandi strutture è sospesa fino a quando non sia efficace la variazione dello strumento urbanistico di cui all'articolo 3.

Art. 12

Procedure per il rilascio delle autorizzazioni alle grandi strutture di vendita.

1. Le domande di apertura, ampliamento o trasferimento di grandi strutture di vendita sono presentate al Comune competente per territorio corredate, a pena di inammissibilità, della seguente documentazione minima:

a) relazione illustrativa contenente gli elementi idonei a consentire la valutazione della conformità dell'insediamento con le previsioni degli strumenti urbanistici comunali e la valutazione dell'accessibilità pedonale e veicolare;

b) progetto di massima dell'intervento comprendente pianta e sezioni del fabbricato con indicazione delle superfici della destinazione d'uso dei locali, delle superfici delle aree a parcheggio e delle aree libere, degli accessi e dei percorsi veicolari;

c) dichiarazione del richiedente con indicazione del numero presunto degli addetti;

d) documenti atti a dimostrare l'esistenza di titoli di priorità e di preferenza ai sensi dell'articolo 11;

e) per le strutture con superficie di vendita superiore a 5.000 mq., uno studio dell'impatto sulla rete commerciale esistente in relazione al presumibile bacino d'utenza.

2. I comuni, nel regolamentare la procedura per il rilascio dell'autorizzazione ai sensi dell'articolo 3, comma 6, possono prevedere documentazione aggiuntiva rispetto a quella di cui al comma 1.

3. Il Comune, entro 15 giorni dal ricevimento della domanda, ne informa la Regione, la Provincia di appartenenza, i comuni contermini e quelli da esso distanti non oltre 30 km. per via stradale e dà notizia dell'avvenuta presentazione dell'istanza mediante pubblico avviso.

4. Entro e non oltre 30 giorni dal ricevimento della domanda, il Comune indice la conferenza di servizi prevista dall'[articolo 9 del decreto legislativo n. 114/1998](#) fissandone la data di svolgimento per giorno non antecedente il trentesimo successivo a quello di indizione.

5. Alla conferenza sono invitati, a titolo consultivo, i rappresentanti dei comuni contermini e dei comuni appartenenti alla stessa zona ad alta vocazione commerciale, nonché delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio più rappresentative in ambito provinciale e della Camera di commercio I.A.A. territorialmente competente.

6. Ove il sito individuato nella domanda per l'insediamento della grande struttura di vendita sia distante, per via stradale, non più di 30 km. dal territorio di altra Regione confinante, la conferenza di servizi ne informa la medesima e ne richiede il parere, non vincolante ai fini del rilascio dell'autorizzazione, fissando a tale scopo un termine, decorso il quale si prescinde dall'acquisizione del parere stesso.

7. Il Comune, in sede di svolgimento della conferenza, conferisce tutte le acquisizioni istruttorie raccolte nella precedente fase procedimentale con particolare riguardo alle osservazioni pervenute ai sensi degli [articoli 7, 9 e 10 della legge 7 agosto 1990, n. 241](#).

8. Decorsi 120 giorni dalla data dell'atto di convocazione della conferenza di servizi, la domanda si intende accolta qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego.

TITOLO V

Qualificazione degli operatori del commercio

Art. 13

Formazione ed aggiornamento professionale.

1. Il requisito del possesso di adeguata qualificazione nel settore del commercio non alimentare, ai fini di cui agli articoli 10, comma 5, e il comma 5, della presente legge, è riconosciuto a coloro che siano in possesso del diploma di laurea in economia e commercio o materie equipollenti o del diploma di scuola media superiore conseguito presso un istituto tecnico commerciale o istituto professionale per il commercio o equiparato. L'adeguata qualificazione professionale è riconosciuta anche a coloro che abbiano operato per almeno due anni, nel quinquennio antecedente la presentazione della domanda per la quale si intende far valere la priorità, in un esercizio commerciale all'ingrosso o al dettaglio con qualifica di titolare, institore o dipendente con mansioni direttamente attinenti alla vendita o all'amministrazione.

2. Le modalità di organizzazione, la durata e le materie del corso professionale, di cui al comma 5, lettera a) dell'*articolo 5 del decreto legislativo n. 114/1998*, nonché dei corsi di aggiornamento previsti dal comma 9 dello stesso articolo, sono definite con provvedimento della Giunta regionale adottato, previo concerto con le Camere di commercio I.A.A., entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge. Le funzioni amministrative relative alla gestione dei corsi sono delegate alle province che le esercitano in attuazione delle indicazioni impartite dalla Regione nell'ambito dei programmi di formazione professionale. I corsi sono effettuati tramite rapporti convenzionali che le province instaurano con le Camere di commercio I.A.A., le organizzazioni imprenditoriali del commercio più rappresentative in ambito provinciale e gli enti dalle stesse costituiti.

3. Nei modi previsti dal comma 2 vengono parimenti disciplinati ed effettuati i corsi di formazione professionale che costituiscono titolo di priorità ai sensi dei precedenti articoli 10, comma 5, e 11, comma 5.

4. Per la gestione delle attività formative di cui al presente articolo, vengono trasferite annualmente alle province apposite risorse finanziarie sulla base della programmazione regionale in materia di formazione professionale. La quota pari al 3% del trasferimento annuale è utilizzata dalle province a copertura forfettaria dei costi organizzativi.

TITOLO VI

Orari di vendita

Art. 14

Orari degli esercizi di commercio al dettaglio in sede fissa ⁽⁹⁾.

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, in esecuzione di quanto disposto dall'articolo 50, comma 7, del decreto legislativo 12 agosto 2000, n. 267.

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 tredici 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 e, nei casi stabiliti dai comuni, sentite le organizzazioni di cui al comma 1, la mezza giornata di chiusura infrasettimanale. I comuni, sentite le organizzazioni di cui al comma 1, stabiliscono annualmente, i giorni nei quali gli esercenti possono derogare all'obbligo di chiusura domenicale e festiva. Detti giorni sono determinati nel numero di trentadue e sono comprensivi delle domeniche e delle festività del mese di dicembre. I sindaci pubblicano entro il 15 gennaio di ogni anno il calendario delle deroghe.
5. I comuni nei quali sono ubicati centri commerciali, grandi strutture di vendita o medie strutture di vendita, sentite le organizzazioni di cui al comma 1, possono stabilire ulteriori tre giorni di deroga all'obbligo di chiusura domenicale o festiva, fatto salvo quanto previsto al comma 4 dell'articolo 14-bis.
6. La Giunta regionale, su proposta del sindaco, può autorizzare ulteriori aperture in deroga, sentite le organizzazioni di cui al comma 1, fatto salvo quanto previsto al comma 4 dell'articolo 14-bis.
7. Nei comuni nei quali non sono ubicati centri commerciali o grandi strutture di vendita, gli esercizi di vicinato possono derogare alla chiusura domenicale e festiva per un numero di giornate illimitato, fatto salvo quanto previsto al comma 4 dell'articolo 14-bis.

(9) Articolo così sostituito dall'art. 5, [L.R. 23 novembre 2010, n. 20](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge). Vedi anche, per le norme transitorie, l'art. 15, comma 2, della medesima legge. Il testo originario era così formulato: «Art. 14. Disposizioni particolari. 1. Fermo restando quanto previsto per i centri storici dall'articolo 8 della presente legge, gli orari di apertura e chiusura degli esercizi di vendita al dettaglio sono disciplinati ai sensi del titolo IV del [decreto legislativo n. 114/1998](#).

2. Gli esercenti possono fruire delle facoltà di cui al comma 1 dell'[articolo 12 del decreto legislativo n. 114/1998](#):

- a) nel Comune di Capracotta, nel Comune di San Massimo e nei comuni rientranti nel Parco Nazionale d'Abruzzo, per l'intero anno;
- b) nel Comune di Termoli e nelle zone di Campomarino, Petacciato e Montenero di Bisaccia, dal 1° giugno al 30 settembre.

3. La Giunta regionale con proprio provvedimento può estendere la facoltà di cui al comma 2 ad altri territori, o parti di territori, comunali.».

Art. 14-bis

Disposizioni particolari e sanzioni ⁽¹⁰⁾.

1. I comuni possono autorizzare, in base alle esigenze dell'utenza e alle peculiari caratteristiche del territorio, l'esercizio dell'attività di vendita in orario notturno esclusivamente per un limitato numero di esercizi di vicinato.

2. Le disposizioni del presente titolo 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, alle stazioni sciistiche, ai centri sportivi e agli alberghi; gli esercizi di vendita al dettaglio situati nelle aree di servizio lungo le autostrade, nelle stazioni ferroviarie, marittime ed aeroportuali; le rivendite di giornali; le gelaterie, gastronomie, rosticcerie e 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 stradali e autostradali, qualora le attività di vendita previste dal presente comma siano svolte in maniera esclusiva e prevalente; le sale cinematografiche.

3. 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.

4. Gli esercizi di commercio al dettaglio in sede fissa devono comunque rimanere chiusi nei giorni 25 e 26 dicembre, 1° gennaio, Pasqua e 1° maggio.

5. Chiunque violi le disposizioni dell'articolo 14 e del presente articolo, nonché le disposizioni comunali derivanti dall'attuazione dei medesimi, è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro mille a euro tremila se trattasi di esercizio di vicinato, da euro tremila a euro diecimila se trattasi di media struttura di vendita, da euro diecimila a euro trentamila se trattasi di grande struttura di vendita o centro commerciale ⁽¹¹⁾.

⁽¹⁰⁾ Articolo aggiunto dall'art. 6, L.R. 23 novembre 2010, n. 20, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge).

⁽¹¹⁾ Comma così corretto con avviso di errata corrigé pubblicato nel B.U. 16 dicembre 2010, n. 36.

Art. 14-ter
Vendite straordinarie ⁽¹²⁾.

1. Sono considerate vendite straordinarie le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione o saldi e le vendite promozionali effettuate dall'esercente al dettaglio per offrire agli acquirenti occasioni di maggior favore con sconti e ribassi rispetto ai prezzi ordinari di vendita. Le modalità di svolgimento e la pubblicità di tali forme di vendita sono disciplinate dalle norme del presente titolo.

(12) Articolo aggiunto dall'art. 7, L.R. 23 novembre 2010, n. 20, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge).

TITOLO VII

Vendite straordinarie

Art. 15
Vendite di liquidazione ⁽¹³⁾.

1. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci o gran parte di esse a seguito di:

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

2. L'esercente dettagliante che intenda effettuare la vendita di liquidazione deve darne comunicazione con lettera raccomandata almeno quindici giorni prima della data di inizio della vendita stessa al comune dove è insediato l'esercizio commerciale, con l'indicazione dei motivi della liquidazione e delle informazioni di cui alle lettere a), b) e c) del comma 1 dell'articolo 17.

3. La comunicazione di cui al comma 2 deve, in particolare, essere corredata dei seguenti documenti:

- a) per la cessazione dell'attività commerciale:

1) copia dell'atto di rinuncia irrevocabile all'autorizzazione allorquando si tratti di media o grande struttura di vendita;

2) dichiarazione di cessazione dell'attività in relazione agli esercizi di vicinato;

b) per la cessione d'azienda o dell'unità locale nella quale si effettua la vendita di liquidazione: copia dell'atto pubblico o della scrittura privata autenticata;

c) per il trasferimento dell'azienda in altri locali o dell'unità locale nella quale si effettua la vendita di liquidazione: comunicazione di trasferimento e, ove occorra, copia dell'autorizzazione;

d) per la trasformazione o il rinnovo dei locali:

1) copia del permesso di costruire o della denuncia di inizio attività, ovvero della segnalazione certificata di inizio attività;

2) qualora si tratti di interventi non soggetti a permesso di costruire o a denuncia di inizio attività, relazione sottoscritta da tecnico professionalmente abilitato che illustri anche con allegati cartografici lo stato dell'esercizio antecedente e successivo all'attuazione del programma di intervento che deve necessariamente interessare l'intera struttura dei locali di vendita, nonché la descrizione dettagliata delle iniziative programmate e dei preventivi di spesa relativi a ciascuna di esse.

4. Nel caso di trasformazione o rinnovo non assoggettato a permesso di costruire o a denuncia di inizio attività, entro quindici giorni dalla conclusione dei lavori, debbono essere prodotte al comune le copie delle fatture comprovanti l'avvenuta realizzazione dell'intervento.

5. In tutte le comunicazioni pubblicitarie relative alla vendita di liquidazione devono essere indicati gli estremi della comunicazione di cui al comma 2.

6. Con decorrenza dalla data di spedizione della comunicazione della imminente vendita di liquidazione è vietato introdurre nei locali dell'esercizio di vendita, ivi comprese le pertinenze, nuove merci.

7. La vendita di liquidazione può essere effettuata per un periodo di tempo non superiore a sessanta giorni. Nei casi di trasferimento dell'esercizio di vendita o di trasformazione o di rinnovo dei locali di vendita, il periodo è limitato a cinquanta giorni. La vendita di liquidazione non può essere svolta nei trenta giorni antecedenti il Natale e l'inizio delle vendite di fine stagione, fatto salvo il caso di chiusura definitiva dell'esercizio commerciale.

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

9. Nell'ipotesi di cui al comma 1, lettera d), al termine della vendita di liquidazione l'esercizio deve essere immediatamente chiuso per il tempo necessario all'effettuazione dei lavori e, comunque, per un periodo non inferiore a giorni dieci. Qualora il rinnovo riguardi non tutto l'esercizio ma solo alcune parti, la chiusura dello stesso può essere limitata alle medesime parti.

(13) Articolo così sostituito dall'art. 8, L.R. 23 novembre 2010, n. 20, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge). Il testo originario era così formulato: «Art. 15. Vendite di liquidazione. 1. Le vendite di liquidazione, come definite dal comma 2 dell'articolo 15 del decreto legislativo n. 114/1998, possono svolgersi in ogni periodo dell'anno secondo le modalità di cui al presente articolo.

2. Le vendite di liquidazione possono essere effettuate per durata non superiore a 30 giorni nei casi di trasferimento dell'azienda, di trasformazione o rinnovo dei locali e per durata non superiore a 60 giorni nei casi di cessazione d'attività e cessione d'azienda.

3. L'esercente che intende effettuare la vendita di liquidazione ne dà comunicazione, mediante lettera raccomandata, al Comune competente non meno di 5 giorni prima, specificando l'ubicazione dei locali di effettuazione della vendita, i motivi della liquidazione, la data di inizio e la durata, nonché gli articoli oggetto della vendita con le relative percentuali di sconto minime e massime.

4. Presso il luogo di vendita l'esercente è tenuto ad esibire, su richiesta dell'autorità comunale, la seguente documentazione:

a) in caso di cessazione di attività o di trasferimento d'azienda in altri locali, copia della preventiva comunicazione inviata al Comune;

b) in caso di cessione di azienda, copia del relativo atto pubblico o del preliminare di vendita registrato;

c) in caso di trasformazione o di rinnovo dei locali, la concessione o autorizzazione edilizia.

5. È vietata l'effettuazione delle vendite di liquidazione con il sistema del pubblico incanto.

6. Dall'inizio delle vendite di liquidazione è vietato introdurre nei locali dell'esercizio di vendita merci del genere di quelle poste in liquidazione, siano esse acquistate o concesse ad altro titolo, anche in conto deposito.».

Art. 16

Vendite di fine stagione o saldi ⁽¹⁴⁾.

1. 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.

2. Le vendite di cui al comma 1 possono essere effettuate solamente in due periodi dell'anno, della durata massima di sessanta giorni, decorrenti rispettivamente dal primo giorno feriale antecedente l'Epifania, per i saldi invernali, e dal primo sabato del mese di luglio per i saldi estivi ⁽¹⁵⁾.

3. L'esercente dettagliante che intende effettuare la vendita di fine stagione è tenuto a darne comunicazione, con cartello apposto nel locale di vendita ben visibile dall'esterno, almeno dieci giorni prima della data prevista per l'inizio delle vendite, indicando quanto previsto alle lettere a), b), c) e d), del comma 1 dell'articolo 17.

4. L'esercente dettagliante che effettua la vendita di fine stagione deve presentarla al pubblico come tale.

4-bis. La Giunta regionale è autorizzata a modificare la data di inizio delle vendite di fine stagione o saldi, nonché la loro durata, a seguito di diversi accordi in sede di Conferenza Stato-Regioni ⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁴⁾ Il presente articolo, indicato erroneamente nel Bollettino Ufficiale come art. 1 e così corretto con avviso di errata corregge pubblicato nel B.U. 16 dicembre 2010, n. 36, è stato così sostituito dall'[art. 9, L.R. 23 novembre 2010, n. 20](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge), poi così modificato come indicato nelle note che seguono. Il testo originario era così formulato: «Art. 16. Vendite di fine stagione [vedi anche quanto previsto dalla [Delib.G.R. 28 dicembre 2007, n. 1578](#)]. 1. Le vendite di fine stagione, come definite dal comma 3 dell'[articolo 15 del decreto legislativo n. 114/1998](#), possono svolgersi dal 15 gennaio al 28 febbraio per la stagione invernale e dal 15 luglio al 14 settembre per la stagione estiva.

2. I periodi di cui al comma 1 possono essere modificati con provvedimento della Giunta regionale, sulla base delle osservazioni fornite dall'Osservatorio regionale del commercio previsto dall'articolo 18.».

⁽¹⁵⁾ Comma così sostituito dall'[art. 5, comma 1, lettera a\), L.R. 17 gennaio 2013, n. 4](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 37 della stessa legge). Il testo originario era così formulato: «2. Le vendite di cui al comma 1 possono essere effettuate solamente in due periodi dell'anno della durata massima di sessanta giorni decorrenti rispettivamente dal 7 gennaio e dal 2 luglio.».

(16) Comma aggiunto dall'art. 5, comma 1, lettera b), L.R. 17 gennaio 2013, n. 4, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 37 della stessa legge).

Art. 16-bis

Vendite promozionali ⁽¹⁷⁾.

1. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente dettagliante per tutti o una parte dei prodotti merceologici non oggetto delle vendite di fine stagione o saldi e per periodi di tempo limitati e residuali rispetto a quelli di cui al comma 2.
 2. Non possono essere effettuate vendite promozionali durante vendite di fine stagione o saldi, nei quaranta giorni antecedenti, nei venti giorni successivi alle stesse e nel mese di dicembre.
 3. L'esercente dettagliante che intende effettuare la vendita promozionale è tenuto a darne comunicazione, con avviso apposto nel locale di vendita ben visibile dall'esterno, almeno dieci giorni prima della data prevista per l'inizio delle vendite, indicando quanto previsto all'articolo 17, comma 1, lettere a), b), c) e d).
-

(17) Articolo aggiunto dall'art. 10, L.R. 23 novembre 2010, n. 20, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge).

Art. 17

Disposizioni comuni alle vendite straordinarie ⁽¹⁸⁾.

1. L'esercente dettagliante che intende effettuare una vendita straordinaria è tenuto ad indicare su apposito e ben visibile cartello:
 - a) l'ubicazione dei locali in cui deve essere effettuata la vendita;
 - b) la data di inizio della vendita e la sua durata;
 - c) la qualità delle merci e i prezzi praticati prima della vendita di liquidazione e i prezzi che si intendono praticare durante la vendita stessa nonché lo sconto o il ribasso espresso in percentuale;
 - d) la separazione delle merci offerte in saldo o in promozione in modo chiaro ed inequivocabile da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie.
2. È vietata la vendita con il sistema del pubblico incanto.

3. È vietato nella presentazione della vendita straordinaria o nella pubblicità, comunque configurata, il riferimento alle vendite fallimentari.
4. Le asserzioni pubblicitarie relative alle vendite straordinarie devono contenere la natura, la durata e l'oggetto della vendita stessa.
5. L'esercente dettagliante deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi asserzione pubblicitaria relativa sia alla composizione merceologica ed alla qualità delle merci vendute, sia agli sconti o ribassi dichiarati.
6. Nel caso che per una stessa voce merceologica si praticino prezzi di vendita diversi a seconda della varietà degli articoli che rientrano in tale voce, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più alto e quello più basso con lo stesso rilievo tipografico.
7. Nel caso in cui sia indicato un solo prezzo tutti gli articoli che rientrano nella voce reclamizzata devono essere venduti a tale prezzo.
8. I prezzi pubblicizzati devono essere praticati nei confronti di qualsiasi compratore, senza limitazioni di quantità e senza abbinamento di vendite, fino all'esaurimento delle scorte.
9. L'esaurimento delle scorte durante il periodo di vendita deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile dall'esterno del locale di vendita.
10. I soggetti preposti alla vigilanza hanno facoltà di accedere ai punti di vendita per effettuare i relativi controlli.
11. Per le violazioni in materia di vendite straordinarie e per le relative sanzioni, si applicano le disposizioni del [decreto legislativo n. 114/1998](#)⁽¹⁹⁾.

(18) Articolo così sostituito dall'art. 11, [L.R. 23 novembre 2010, n. 20](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge). Il testo originario era così formulato: «Art. 17. Disposizioni comuni. 1. Le merci oggetto della vendita straordinaria devono essere individuabili in modo chiaro ed inequivocabile per distinguerle da quelle poste in vendita al prezzo ordinario.

2. Le asserzioni pubblicitarie relative alle vendite straordinarie devono essere presentate in modo non ingannevole per il consumatore. Devono indicare il tipo di vendita straordinaria, la data di inizio e la durata di vendita, nonché gli estremi della comunicazione inviata al Comune. Nel caso di vendita di liquidazione la motivazione deve essere indicata utilizzando lo stesso carattere e dimensione tipografica del termine "liquidazione".

3. L'operatore commerciale dovrà essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi asserzione pubblicitaria relativa a:

- a) qualità e composizione merceologica;
- b) marca o griffe della merce e quantità ove richiesta;
- c) sconti o ribassi dichiarati.

4. Fatte salve le vendite giudiziarie, nella pubblicità sono vietati l'uso della dizione "vendita fallimentare" ed ogni riferimento al fallimento e ad altre procedure concorsuali, a procedure esecutive e simili, anche come termine di paragone.

5. Durante il periodo di vendita straordinaria, i prezzi pubblicizzati devono essere praticati nei confronti dei compratori senza limitazioni di quantità fino all'esaurimento delle scorte, che, nell'eventualità, deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile dall'esterno del locale di vendita. Durante la vendita straordinaria, è fatto obbligo di indicare con apposito cartellino esposto al pubblico il prezzo normale di vendita, la percentuale di sconto ed il prezzo scontato.

Tali indicazioni devono essere di dimensioni ben visibili.».

(19) Comma così corretto con avviso di errata corregge pubblicato nel B.U. 16 dicembre 2010, n. 36.

TITOLO VIII

Organismi di monitoraggio e di assistenza

Art. 18

Osservatorio regionale del commercio ⁽²⁰⁾.

1. È istituito l'Osservatorio regionale del commercio con le seguenti funzioni:

- a) monitoraggio dell'entità e dell'efficienza della rete commerciale della regione;
- b) valutazione dell'impatto degli insediamenti commerciali sulla rete di vendita, sul territorio ed ambiente, nonché sugli interessi dei consumatori;
- c) prefigurazione di possibili direttrici di sviluppo, anche per aree territoriali omogenee, della rete commerciale, con particolare riguardo alle dinamiche occupazionali;
- d) studio e valutazione dei fenomeni emergenti dal settore.

2. L'Osservatorio è presieduto dall'Assessore regionale delegato ed è così composto:

a) un docente universitario di ruolo in materie statistiche o economiche dell'università del Molise designato dal Rettore;

b) il Presidente dell'Unioncamere del Molise o suo delegato;

c) due esperti designati dalle associazioni di categoria dei commercianti operanti sul territorio regionale, rappresentate nel C.N.E.L.;

d) un esperto designato dalle associazioni dei consumatori operanti sul territorio regionale iscritte al Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti;

e) un esperto designato dai sindacati dei lavoratori del commercio operanti sul territorio regionale, rappresentati nel C.N.E.L.

3. I compiti di segreteria sono svolti a cura della competente struttura organizzativa regionale.

4. L'Osservatorio regionale del commercio opera in collaborazione con l'Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dello sviluppo economico.

5. L'Osservatorio acquisisce i dati occorrenti per l'espletamento delle proprie funzioni dall'Unione delle Camere di Commercio del Molise e dalle altre istituzioni pubbliche.

6. Annualmente l'Osservatorio pubblica un rapporto sullo stato e le prospettive di sviluppo del commercio nella regione. Il rapporto è trasmesso alla Giunta regionale entro il mese di maggio dell'anno successivo a quello di riferimento.

7. I componenti dell'Osservatorio sono nominati dal Presidente della Giunta regionale. L'organismo è rinnovato entro 60 giorni dall'inizio di ogni legislatura regionale. Ulteriori disposizioni sull'Osservatorio sono adottate con provvedimento della Giunta regionale.

8. L'Osservatorio si riunisce non meno di tre volte l'anno e in ogni caso su richiesta di almeno tre dei suoi componenti.

8-bis. La partecipazione alle sedute dell'Osservatorio regionale del commercio è onorifica. Ai componenti residenti fuori del capoluogo sono dovuti solo il rimborso spese e l'indennità chilometrica previsti per i funzionari regionali ⁽²¹⁾.

(20) Articolo così sostituito dall'art. 12, *L.R. 23 novembre 2010, n. 20*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge), poi così modificato come indicato nella nota che segue. Vedi anche, per le norme transitorie, l'art. 15, comma 3, della medesima legge. Il testo originario era così

formulato: «Art. 18. Osservatorio regionale del commercio. 1. È istituito l'Osservatorio regionale del commercio con le seguenti funzioni:

a) monitoraggio dell'entità e dell'efficienza della rete commerciale della Regione;

b) valutazione dell'impatto degli insediamenti commerciali sulla rete di vendita, sul territorio ed ambiente, nonché sugli interessi dei consumatori;

c) prefigurazione di direttrici di sviluppo, anche per aree territoriali omogenee, della rete commerciale, con particolare riguardo alle dinamiche occupazionali;

d) studio e valutazione dei fenomeni emergenti dal settore.

2. L'Osservatorio è presieduto dal direttore generale regionale competente per il commercio ed è così composto:

a) i rappresentanti delle province;

b) i rappresentanti dei comuni capoluogo di provincia;

c) un rappresentante per ciascuna Camera di commercio I.A.A.;

d) i rappresentanti regionali dell'A.N.C.I., dell'U.P.I. e dell'U.N.C.E.M.;

e) un rappresentante per ciascuna delle organizzazioni nazionali delle imprese del commercio operanti sul territorio regionale;

f) un rappresentante per ciascuna organizzazione nazionale dei consumatori operante sul territorio regionale;

g) un rappresentante per ciascuna organizzazione sindacale nazionale dei lavoratori del commercio operante sul territorio regionale.

3. I compiti di segreteria sono svolti a cura della competente struttura organizzativa regionale.

4. L'Osservatorio regionale del commercio opera sotto il coordinamento dell'Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato.

5. L'Osservatorio acquisisce i dati occorrenti per l'espletamento delle proprie funzioni oltre che dai comuni, ai sensi del comma 1 dell'articolo 3 della presente legge, dall'Unione delle Camere di commercio I.A.A. del Molise, con la quale la Giunta regionale, entro 60 giorni dall'entrata in vigore della presente legge, stipula apposita convenzione.

6. Annualmente l'Osservatorio pubblica un rapporto sullo stato e le prospettive di sviluppo del commercio nella regione. Il rapporto è trasmesso alla Giunta regionale entro il mese di marzo dell'anno successivo a quello di riferimento. Per il primo anno il rapporto è

trasMESSO, anche ai fini di cui all'articolo 4, comma 5, entro 6 mesi dalla data di insediamento.

7. I componenti dell'Osservatorio sono nominati dal Presidente della Giunta regionale. L'organismo è rinnovato entro 60 giorni dall'inizio di ogni legislatura regionale. Ulteriori disposizioni sul funzionamento dell'Osservatorio sono adottate con provvedimento della Giunta regionale.

8. La costituzione dell'Osservatorio ha luogo entro 60 giorni dall'entrata in vigore della presente legge.».

(21) Comma aggiunto dall'art. 35, comma 1, lettera b), L.R. 26 gennaio 2012, n. 2, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 81 della stessa legge).

Art. 19

Centri di assistenza tecnica ⁽²²⁾.

1. I centri di assistenza tecnica previsti dall'articolo 23 del decreto legislativo n. 114/1998 possono essere costituiti dalle associazioni imprenditoriali del commercio, maggiormente rappresentative a livello provinciale, anche in forma consortile o in collaborazione con altri soggetti interessati, nonché dalle Camere di commercio I.A.A.

2. Ai fini del presente articolo si considerano maggiormente rappresentative a livello provinciale le associazioni imprenditoriali che al contempo aderiscono ad una confederazione nazionale, sono presenti con proprie strutture operative in almeno due comuni del territorio provinciale e contano almeno duecento associati nell'ambito della Provincia di Isernia o cinquecento associati nell'ambito della provincia di Campobasso ⁽²³⁾.

3. In caso di iniziativa consortile i requisiti di cui al comma 2 devono essere posseduti da almeno una delle associazioni consorziate.

4. I centri svolgono a favore delle imprese commerciali le attività previste dall'articolo 23, comma 2, del decreto legislativo n. 114/1998.

5. Le amministrazioni pubbliche possono avvalersi dei centri di assistenza allo scopo di facilitare i propri rapporti con le imprese utenti.

6. I centri sono autorizzati dal direttore generale regionale competente per il commercio secondo modalità che vengono definite con proprio provvedimento dalla Giunta regionale entro 60 giorni dall'entrata in vigore della presente legge.

7. I centri autorizzati ai sensi del comma 6 vengono contestualmente iscritti in apposito albo regionale tenuto dalla direzione generale regionale competente per il commercio.

8. L'iscrizione all'albo di cui al comma 7 costituisce presupposto per l'accesso ai finanziamenti previsti dai successivi commi.

8-bis. Allo scopo di favorire lo sviluppo delle attività dei centri di assistenza, la Regione concede ai centri costituiti dalle associazioni imprenditoriali del commercio contributi annui nel limite massimo di euro 10.000 per ciascun centro ⁽²⁴⁾.

9. [Allo scopo di favorire lo sviluppo delle attività dei centri di assistenza la Regione concede ai centri costituiti dalle associazioni imprenditoriali del commercio contributi annui, nei limiti di euro 20.000 per ciascun centro, anche mediante l'utilizzo del fondo di cui all'*articolo 16, comma 1, della legge 7 agosto 1997, n. 266*] ⁽²⁵⁾.

10. Criteri, modalità e procedure per l'erogazione del contributo di cui al comma 8-bis, sono determinati dalla Giunta regionale, sentita la Commissione consiliare competente ⁽²⁶⁾.

(22) Vedi, anche, la *Delib.G.R. 8 settembre 2014, n. 422* e la *Delib.G.R. 24 febbraio 2016, n. 62*.

(23) Comma così modificato dall'*art. 13, comma 1, L.R. 23 novembre 2010, n. 20*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'*art. 17 della stessa legge*).

(24) Comma aggiunto dall'*art. 34, comma 1, lettera a), L.R. 18 aprile 2014, n. 11*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto disposto dall'*art. 58, comma 1, della medesima legge*).

(25) Comma così sostituito dall'*art. 13, comma 2, L.R. 23 novembre 2010, n. 20*, poi abrogato dall'*art. 35, comma 1, lettera c), L.R. 26 gennaio 2012, n. 2*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'*art. 81 della stessa legge*). Il testo originario era così formulato: «9. Allo scopo di favorire lo sviluppo delle attività dei centri di assistenza la Regione concede ai centri costituiti dalle associazioni imprenditoriali del commercio contributi annui, nei limiti di lire 20.000.000 per ciascun centro, anche mediante l'utilizzo del fondo di cui all'*articolo 16, comma 1, della legge 7 agosto 1997, n. 266*.».

(26) Comma dapprima sostituito dall'*art. 13, comma 3, L.R. 23 novembre 2010, n. 20*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'*art. 17 della stessa legge*) poi così modificato dall'*art. 34, comma 1, lettera b), L.R. 18 aprile 2014, n. 11*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto disposto dall'*art. 58, comma 1, della medesima legge*). Il testo precedente era così formulato: «10. Criteri, modalità e procedure per l'erogazione del contributo di cui al comma 9 sono determinati dalla Giunta regionale con lo stesso provvedimento di cui al comma 6.».

TITOLO IX

Commercio su aree pubbliche.

Art. 20

Definizioni.

1. Ai fini del presente titolo valgono le definizioni di cui all'*articolo 27 del decreto legislativo n. 114/1998*.
 2. Per mostra mercato si intende un mercato, aperto anche alla partecipazione di soggetti che non esercitano l'attività commerciale e caratterizzato da particolari specializzazioni merceologiche, quali l'antiquariato, l'usato, l'oggettistica antica, i libri, le stampe, gli oggetti da collezionismo, i prodotti di artigianato, i fiori e le piante, gli animali.
-

Art. 21

Termine per l'adozione della regolamentazione comunale.

1. Entro 180 giorni dall'entrata in vigore della presente legge i comuni, con apposita deliberazione, adottano le disposizioni di cui ai commi 15 e 16 dell'*articolo 28 del decreto legislativo n. 114/1998*. Decorso, inutilmente il termine provvede la Regione tramite commissario ad acta.
2. I provvedimenti comunali sono adottati previa consultazione delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio maggiormente rappresentative in ambito provinciale.
3. Entro il 30 settembre di ogni anno i comuni inviano alla Regione la situazione relativa ai loro mercati e fiere con l'indicazione della denominazione, dell'ampiezza delle aree, del numero dei posteggi, degli assegnatari dei posteggi, la durata, degli orari di apertura e chiusura.
4. La Regione costituisce il calendario regionale ufficiale dei mercati e delle fiere su aree pubbliche. Il calendario, da pubblicarsi sul Bollettino Ufficiale della Regione, elenca, in ordine cronologico e per comune, i mercati e le fiere con i seguenti dati:
 - a) luogo in cui si svolge la manifestazione;
 - b) denominazione;
 - c) data di svolgimento;
 - d) settori merceologici;

- e) orario di apertura;
 - f) numero complessivo di posteggi.
-

Art. 22

Criteri per la determinazione delle aree e del numero dei posteggi.

1. Con i provvedimenti di cui all'articolo 21 i comuni stabiliscono:
 - a) l'ampiezza e la localizzazione delle aree mercatali;
 - b) la periodicità dei singoli mercati e il calendario delle fiere;
 - c) il numero dei posteggi per ciascuna area con le relative superfici e le modalità di assegnazione;
 - d) i posteggi riservati ai produttori agricoli ed i relativi criteri di assegnazione;
 - e) il numero e la localizzazione dei posteggi non ricompresi in aree mercatali.
2. Ai fini dell'individuazione delle aree e dei posteggi di cui al comma 1 i comuni si attengono ai seguenti criteri ed obiettivi:
 - a) esame delle condizioni di ubicazione e d'assetto dei propri mercati anche in relazione all'obbligo di dotare le aree mercatali di servizi igienici e di impianti adeguati per l'allacciamento alla rete elettrica, idrica e fognaria in conformità alle norme vigenti che tutelano le esigenze igienico - sanitarie;
 - b) riqualificazione della situazione esistente;
 - c) localizzazione in aree che consentano un facile accesso ai consumatori e sufficienti spazi per parcheggio dei mezzi degli operatori;
 - d) considerazione della densità della rete distributiva in atto e della presumibile capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante;
 - e) preferenza per le zone urbane periferiche e le zone cittadine a vocazione turistica, in relazione all'andamento turistico stagionale;
 - f) progressiva riallocazione dei mercati posti sulla strada o che congestionano il traffico o comunque intralciano la viabilità cittadina;
 - g) ammodernamento delle strutture esistenti per assicurare un migliore servizio ai consumatori e migliori condizioni per gli operatori;

h) preferibile allocazione dei mercati giornalieri a prevalenza alimentare in aree a servizio dei quartieri periferici al fine di ridurre la mobilità dei residenti e creare una rete di mercati rionali;

i) localizzazione dei posteggi non ricompresi in aree mercatali in funzione della compatibilità con la rete commerciale e con il contesto architettonico, urbanistico, artistico e storico, limitandone opportunamente le destinazioni merceologiche.

3. I comuni determinano le tipologie dei posteggi dislocandoli secondo criteri di ordine merceologico ed in relazione alle esigenze di allacciamento alla rete idrica e fognaria, in osservanza delle condizioni igienico - sanitarie prescritte.

4. Nelle aree che per dimensioni, morfologia ed accessibilità lo consentono, i posteggi, o parte di essi, devono avere una superficie tale da poter essere utilizzati anche dagli autoveicoli attrezzati come punti di vendita.

Art. 23

Individuazione, soppressione e spostamento dei mercati.

1. I comuni possono istituire nuovi mercati e sopprimere, trasferire o spostare di sede, ampliare o ridurre quelli esistenti.

2. I comuni, contestualmente all'istituzione, al trasferimento, allo spostamento temporaneo, all'ampliamento ed alla riduzione dei mercati, deliberano anche le modalità di funzionamento degli stessi.

3. La soppressione o riduzione di mercati, anche temporanea, può essere disposta dai comuni a causa della caduta sistematica della domanda, della esigua presenza degli operatori o per motivi di pubblico interesse o cause di forza maggiore.

4. Lo spostamento temporaneo di mercati, in altra sede o ad altro giorno, può essere disposto dai comuni per motivi di viabilità e traffico, per motivi legati a problemi igienico - sanitari, per motivi di pubblico interesse o per cause di forza maggiore.

5. I comuni, a seguito dello spostamento o del trasferimento parziale del mercato in altra sede, assegnano i posteggi agli operatori titolari di concessione attenendosi, nell'ordine, ai seguenti criteri:

a) numero di presenze;

b) anzianità di iscrizione al registro delle imprese;

c) dimensioni e caratteristiche dei posteggi disponibili, in relazione alle merceologie, alimentari o non alimentari, o al tipo di attrezzatura di vendita.

6. Gli operatori che, a seguito di soppressione o riduzione di mercati, perdono la concessione del posteggio, concorrono all'assegnazione di posteggi disponibili nello stesso comune, secondo i criteri di cui al comma 5, avvalendosi del numero delle presenze nel mercato soppresso o ridotto.

7. I comuni possono istituire mercati, anche temporanei o stagionali, destinati a merceologie esclusive al fine di valorizzare la commercializzazione di prodotti che sono espressione rilevante dell'economia locale o possono diventarlo.

8. I comuni possono altresì prevedere lo svolgimento di mostre mercato, oltre che nell'ipotesi di cui all'articolo 8, comma 2, in aree preventivamente individuate, anche tenendo conto dell'esigenza di animazione o rivitalizzazione di zone urbane periferiche.

Art. 24

Criteri e procedure per il rilascio delle autorizzazioni ad esercitare su posteggio.

1. I comuni, entro il 15 gennaio di ogni anno, pubblicano l'elenco dei posteggi liberi e concedibili alla data del 31 dicembre dell'anno precedente.

2. Entro e non oltre il 30 gennaio di ogni anno, gli interessati inoltrano le istanze di autorizzazione di cui al comma 3 dell'[articolo 28 del decreto legislativo n. 114/1998](#). Non sono ritenute ammissibili le istanze fatte pervenire prima del 16 gennaio.

3. La domanda di autorizzazione e concessione di posteggio deve essere inoltrata esclusivamente a mezzo di lettera raccomandata al competente ufficio del Comune sede del posteggio e deve contenere, a pena di esclusione, le dichiarazioni concernenti:

a) i dati anagrafici ed il codice fiscale del richiedente;

b) il possesso dei requisiti di cui all'[articolo 5 del decreto legislativo n. 114/1998](#);

c) la denominazione del mercato, il giorno di svolgimento, l'indicazione del posteggio per il quale si chiede la concessione;

d) il settore o i settori merceologici;

e) il non possesso di altra concessione di posteggio nello stesso mercato, salvo il caso di trasferimento di attività già presente sul mercato.

4. I comuni, entro 30 giorni dalla scadenza del termine per la presentazione delle istanze, redigono la graduatoria e rilasciano le autorizzazioni.

5. Nella determinazione della graduatoria i comuni osservano, nell'ordine, i seguenti criteri di priorità:

a) trasferimento, da parte del titolare, dell'attività nell'ambito dello stesso mercato;

b) maggior numero di presenze effettive maturate nell'ambito del mercato;

c) maggior numero di presenze di spunta maturate nell'ambito dello stesso mercato;

d) anzianità dell'attività di commercio su aree pubbliche attestata dall'iscrizione al registro delle imprese;

e) certificata invalidità costituente titolo per l'assunzione obbligatoria ai sensi delle vigenti disposizioni sulle categorie protette.

6. I posteggi che si rendono disponibili nel corso dell'anno per trasferimento del titolare vengono dati in concessione utilizzando la stessa graduatoria.

7. Entro 90 giorni dall'entrata in vigore della presente legge i comuni provvedono a rilasciare le autorizzazioni per i posteggi già oggetto di concessione in forma definitiva o in forma precaria ai sensi del comma 1 dell'[articolo 12 della legge regionale 18 marzo 1997, n. 4](#).

8. Le autorizzazioni di cui al comma 7 hanno comunque precedenza su quelle rilasciate ai sensi dei commi da 1 a 6.

Art. 25

Autorizzazione all'esercizio dell'attività esclusivamente in forma itinerante.

1. La domanda di autorizzazione ai sensi del comma 4 dell'[articolo 28 del decreto legislativo n. 114/1998](#) deve essere presentata al competente ufficio del Comune di residenza dell'interessato ovvero ove ha sede legale la società e deve contenere, a pena di inammissibilità, le dichiarazioni concernenti:

a) i dati anagrafici ed il codice fiscale del richiedente;

b) il possesso dei requisiti di cui all'*articolo 5 del decreto legislativo n. 114/1998*;

c) il settore o i settori merceologici.

2. I procedimenti autorizzatori attivati da istanze presentate ai sensi della *legge regionale 18 marzo 1997, n. 4*, sono conclusi ai sensi della presente legge.

Art. 26

Subentro e reintestazione dell'autorizzazione.

1. Il trasferimento in gestione o in proprietà dell'azienda o di un ramo d'azienda per l'esercizio del commercio su aree pubbliche, per atto tra vivi o a causa di morte, comporta il trasferimento dell'autorizzazione amministrativa a chi subentra purché sia in possesso dei requisiti di cui all'*articolo 5 del decreto legislativo n. 114/1998*.

2. Il trasferimento d'azienda per atto tra vivi viene documentato da atto pubblico di cessione o da preliminare di vendita registrato.

3. Nel caso di operatori per concessione la reintestazione è effettuata dal Comune sede del posteggio previa comunicazione del reintestatario e contestuale autocertificazione del possesso dei requisiti previsti per l'esercizio dell'attività commerciale.

4. Nel caso di operatori itineranti l'autorizzazione è reintestata dal Comune di residenza del subentrante.

5. Il trasferimento in gestione o in proprietà dell'azienda comporta anche il trasferimento dei titoli di priorità nell'assegnazione del posteggio posseduti dal cedente.

6. Il subentrante in possesso dei requisiti di cui all'*articolo 5 del decreto legislativo n. 114/1998* deve comunicare l'avvenuto subingresso entro sei mesi, pena la decadenza dal diritto di esercitare l'attività del dante causa, salvo proroga sino a sei mesi in caso di comprovata necessità.

7. il subentrante per causa di morte ha comunque la facoltà di continuare provvisoriamente l'attività fino alla regolarizzazione prescritta dai commi precedenti.

Art. 27

Revoca e sospensione dell'autorizzazione.

1. La revoca dell'autorizzazione per una delle cause di cui al comma 4 dell'*articolo 29 del decreto legislativo n. 114/1998* è disposta dal Sindaco che ha rilasciato l'autorizzazione.
 2. Le cause della revoca, opportunamente accertate dall'Amministrazione comunale, vengono contestate al titolare dell'autorizzazione con l'indicazione di un termine, non superiore a 30 giorni, per la formulazione delle controdeduzioni.
 3. La sospensione disposta ai sensi del comma 3 dell'*articolo 29 del decreto legislativo n. 114/1998* viene annotata a margine dell'autorizzazione e comunicata al Sindaco che l'ha rilasciata.
-

Art 28

Norme particolari sull'esercizio dell'attività.

1. L'operatore commerciale su aree pubbliche che esercita l'attività in forma itinerante e il produttore agricolo che esercita la vendita dei propri prodotti in forma itinerante ai sensi della *legge 9 febbraio 1963, n. 59*, e successive modifiche ed integrazioni, possono sostare nello stesso punto per un'ora e successivamente spostarsi di almeno 500 metri. Gli stessi possono sostare nei posteggi isolati per il tempo e nei modi previsti dal regolamento comunale.
2. L'operatore commerciale su aree pubbliche può farsi sostituire nell'esercizio dell'attività esclusivamente da chi sia in possesso dei requisiti di cui all'*articolo 5 del decreto legislativo n. 114/1998*, salvo il caso di sostituzione momentanea, per il quale può essere delegato anche un soggetto privo di requisiti, purché socio, familiare coadiuvante o dipendente.
3. Nessun operatore può utilizzare più di un posteggio contemporaneamente. Tale divieto non si applica a chi, al momento dell'entrata in vigore della presente legge, è titolare di più posteggi nello stesso mercato e alle società di persone cui siano conferite aziende per l'esercizio del commercio su aree pubbliche operanti nello stesso mercato.
4. I posteggi temporaneamente non utilizzati dai titolari delle relative concessioni sono assegnati giornalmente ai soggetti legittimati ad esercitare il commercio su aree pubbliche che vantino il più alto numero di presenze nel mercato. A parità di presenze, si tiene conto della maggiore anzianità di iscrizione nel registro delle imprese in qualità di commerciante su aree pubbliche. Qualora l'area in concessione sia costituita da un box o chiosco - locale, o su di essa si trovino strutture o attrezzature di proprietà del titolare della concessione fissate stabilmente al suolo, non può essere assegnata temporaneamente.

5. L'assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati è effettuata giornalmente entro l'orario stabilito dal regolamento comunale, secondo i criteri previsti dalle disposizioni vigenti. La registrazione delle presenze sul mercato viene effettuata entro l'orario stabilito dal regolamento comunale, annotando cognome e nome dell'operatore e tipo di autorizzazione amministrativa.

Art. 29

Fiere.

1. Le disposizioni previste per i posteggi nei mercati si applicano, in quanto compatibili, anche alle aree oggetto del presente articolo. Il Comune può stabilire che tali aree, in tutto o in parte, siano utilizzate solo per determinate specializzazioni merceologiche.

2. Nell'assegnazione dei posteggi nelle fiere sono osservati, nell'ordine, i seguenti criteri di priorità:

a) maggior numero di presenze effettive nella fiera per la quale viene chiesta l'assegnazione del posteggio;

b) anzianità dell'attività di commercio su aree pubbliche attestata dal registro delle imprese;

c) certificata invalidità costituente titolo per l'assunzione obbligatoria ai sensi delle vigenti disposizioni sulle categorie protette;

d) ulteriori criteri che possono essere individuati dal Comune nell'apposito regolamento.

3. Non sono ammissibili criteri di priorità basati sulla cittadinanza o residenza o sede legale dell'operatore ovvero sulla base del Comune che ha rilasciato il titolo.

4. La concessione del posteggio ha durata limitata ai giorni della fiera.

5. Le domande di concessione del posteggio devono essere inviate a mezzo raccomandata o presentate al Comune sede della fiera sessanta giorni prima dello svolgimento della stessa.

6. La graduatoria per l'assegnazione dei posteggi è affissa all'albo comunale almeno venti giorni prima dello svolgimento della fiera.

7. La registrazione delle presenze effettive in una fiera viene effettuata entro l'orario stabilito dal regolamento annotando nome e cognome dell'operatore e tipo di autorizzazione amministrativa.

8. Con l'entrata in vigore della presente legge i comuni sono obbligati a tenere il registro delle presenze effettive nelle fiere.

9. L'assegnazione dei posteggi non occupati all'apertura della fiera è effettuata, entro l'orario previsto dal regolamento comunale, procedendo in primo luogo allo scorrimento della graduatoria tra gli operatori iscritti presenti. Esaurita la graduatoria, si procede all'assegnazione dei posteggi eventualmente rimasti liberi.

10. Agli operatori che non hanno inoltrato domanda, ma presenti nella giornata della fiera, i posteggi rimasti liberi, una volta scorsa la graduatoria, vengono assegnati secondo i seguenti criteri di priorità:

- a) maggiore numero di presenze nella fiera;
 - b) anzianità di iscrizione al registro delle imprese.
-

Art. 30

Regolamento dei mercati e delle fiere.

1. Per ogni mercato o fiera, il Comune, sentite le organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio, adotta il regolamento.

2. Il regolamento dispone in ordine a:

- a) la tipologia del mercato o della fiera;
- b) i giorni e l'orario di svolgimento;
- c) l'articolazione del mercato, compresa l'eventuale suddivisione dello stesso in zone distinte riservate al commercio di generi alimentari;
- d) le modalità di accesso degli operatori e la sistemazione delle attrezzature di vendita;
- e) la regolazione della circolazione pedonale e veicolare;
- f) le modalità di assegnazione dei posteggi eventualmente liberi o comunque non assegnati;
- g) le modalità di registrazione delle presenze e delle assenze degli operatori;
- h) le modalità di riassegnazione dei posteggi a seguito di ristrutturazione o spostamento del mercato;
- i) le modalità e i divieti da osservarsi nell'esercizio dell'attività di vendita;

j) le norme igienico-sanitarie da osservarsi per la vendita dei prodotti alimentari;

k) le sanzioni da applicarsi nelle ipotesi di infrazione ai regolamenti comunali;

l) le modalità di esercizio della vigilanza;

m) i posteggi riservati ai produttori agricoli, ai sensi della [legge n. 59/1963](#), agli artigiani e ai mestieranti di cui all'[articolo 121 del R.D. 18 giugno 1931, n. 773](#);

m-bis) eventuali posteggi riservati, nel limite massimo del 15 per cento di quelli complessivi, a imprese individuali costituite da giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni ⁽²⁷⁾.

3. Copia in forma ufficiale del regolamento è messa a disposizione degli operatori nei giorni di svolgimento del mercato o della fiera.

(27) Lettera aggiunta dall'art. 14, [L.R. 23 novembre 2010, n. 20](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge).

Art. 31

Orari.

1. Il Sindaco, nello stabilire gli orari in materia di commercio su aree pubbliche, si attiene ai seguenti indirizzi e prescrizioni:

a) i giorni e gli orari di attività dei commercianti su aree pubbliche possono essere diversi da quelli previsti per gli altri operatori al dettaglio;

b) possono essere stabilite limitazioni nei casi e per periodi in cui l'area non sia disponibile per l'uso commerciale per motivi di polizia stradale, igienico - sanitari o di pubblico interesse;

c) agli operatori al dettaglio diversi dai commercianti su aree pubbliche può essere consentito di tenere aperti gli esercizi per tutta la durata del mercato o fiera;

d) sono vietati i mercati domenicali di nuova istituzione;

e) il divieto di cui alla precedente lettera non si applica all'istituzione di nuove fiere o mercati stagionali nei periodi di deroga all'obbligo di chiusura domenicale;

f) i mercati che, all'entrata in vigore della presente legge, si effettuano nel giorno di domenica o festivo possono essere fatti salvi mediante provvedimento espresso dell'organo comunale competente;

g) è fatto divieto di istituire nuovi mercati e nuove fiere nei giorni di Natale, Capodanno, Pasqua, 1° maggio e 25 aprile ⁽²⁸⁾;

h) si applicano in quanto compatibili le disposizioni in materia di orari di cui al titolo IV del [decreto legislativo n. 114/1998](#).

(28) Lettera così sostituita dall'[art. 1, L.R. 26 aprile 2000, n. 36](#). Il testo originario così disponeva: «g) è fatto divieto di effettuare mercati e fiere nei giorni di Natale, Capodanno, Pasqua, il 1° maggio e il 25 aprile. I mercati che già coincidono con le festività predette possono essere anticipati con ordinanza del Sindaco;».

TITOLO X

Disposizioni varie e finali

Art. 32

Esercizio congiunto di commercio all'ingrosso e al dettaglio.

1. È vietato l'esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio.

2. Il divieto non si applica per la vendita dei seguenti prodotti:

a) macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio e l'artigianato;

b) materiale elettrico;

c) colori e vernici, carte da parati;

d) ferramenta ed utensileria;

e) articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici;

f) articoli per riscaldamento;

g) strumenti scientifici e di misura;

h) macchine per uffici;

i) auto - moto - cicli e relativi accessori e parti di ricambio;

j) materiale per l'edilizia;

k) legnami.

3. Resta salvo il diritto acquisito dagli esercenti in attività alla data di cui al comma 1 dell'*articolo 26 del decreto legislativo n. 114/1998*.

Art. 33

Disposizioni abrogative.

1. Sono abrogate:

a) la *legge regionale 18 marzo 1997, n. 4*;

b) la *legge regionale 11 agosto 1989, n. 10*;

c) le disposizioni di cui alla *legge regionale 27 dicembre 1979, n. 40*, che risultano in contrasto o incompatibili con il *decreto legislativo n. 114/1998* o con la presente legge.

Art. 34

Norma finanziaria.

1. Agli oneri derivanti dall'attuazione dei commi 4 e 5 dell'articolo 8 si farà fronte mediante istituzione di apposito capitolo di spesa con le leggi approvative dei bilanci regionali per gli esercizi finanziari 2000-2001.

2. Agli oneri derivanti dall'attuazione degli articoli 18 e 19 della presente legge quantificati per l'esercizio finanziario 1999 in lire 265.000.000 si fa fronte con i fondi iscritti nel capitolo di spesa n. 55400 del bilancio regionale. Nello stato di previsione della spesa nella Sezione n. 5 - Rubrica n. 14 - Settore n. 1 viene iscritto il seguente nuovo capitolo:

Capitolo n. 49795 Oneri per il finanziamento degli interventi previsti dagli artt. 18 e 19 - Osservatorio regionale del Commercio e Centri di assistenza tecnica; - con una dotazione di Competenza e di Cassa di £. 265.000.000, con prelievo di pari importo dalla Competenza e dalla Cassa del capitolo n. 55400 del bilancio regionale per l'esercizio finanziario 1999, "Fondo occorrente per fronteggiare oneri derivanti da provvedimenti legislativi in corso" (spese di investimento per ulteriori piani di sviluppo).

Art. 35

Dichiarazione di urgenza.

1. La presente legge è dichiarata urgente, ai sensi dell'art. 127 della Costituzione e dell'art. 38 dello Statuto regionale ed entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione.

Allegato A

Aree sovracomunali

1) Area del medio Molise:

Baranello, Bojano, Busso, Campobasso, Campochiaro, Campodipietra, Campolieto, Casalciprano, Castelbottaccio, Castellino del Biferno, Castropignano, Cercemaggiore, Cercepiccola, Civitacampomarano, Colle d'Anchise, Duronia, Ferrazzano, Fossalto, Gambatesa, Gildone, Guardiaregia, Jelsi, Limosano, Lucito, Macchia Valfortore, Matrice, Mirabello Sannitico, Molise, Monacilioni, Montagano, Oratino, Petrella Tifernina, Pietracatella, Pietracupa, Riccia, Ripalimosani, Salcito, San Biase, San Giovanni in Galdo, San Giuliano del Sannio, San Massimo, San Polo Matese, Sant'Angelo Limosano, Sant'Elia a Pianisi, Sepino, Spinete, Torella del Sannio, Toro, Trivento, Tufara, Vinchiatiuro, Cantalupo nel Sannio, Frosolone, Roccamandolfi, Sant'Elena Sannita ⁽²⁹⁾.

2) Area dell'alto Molise:

Acquaviva d'Isernia, Agnone, Bagnoli del Trigno, Belmonte del Sannio, Capracotta, Carovilli, Carpinone, Castel del Giudice, Castelpetroso, Castelpizzuto, Castel San Vincenzo, Castelverrino, Cerro al Volturno, Chiauci, Civitanova del Sannio, Colli al Volturno, Conca Casacale, Filignano, Forlì del Sannio, Fornelli, Isernia, Longano, Macchia d'Isernia, Macchiagodena, Miranda, Montaquila, Montenero Valcocchiara, Moriteroduni, Pesche, Pescolanciano, Pescopennataro, Pettoranello del Molise, Pietrabbondante, Pizzone, Poggio Sannita, Pozzilli, Rionero Sannitico, Roccasicura, Rocchetta al Volturno, San Pietro Avellana, Sant'Agapito, Santa Maria del Molise, Sant'Angelo del Pesco, Scapoli, Sessano del Molise, Sesto Campano, Vastogirardi, Venafro.

3) Area del basso Molise:

Acquaviva Collecroce, Bonefro, Campomarino, Casacalenda, Castelmauro, Colletorto, Guardialfiera, Guglionesi, Larino, Lupara, Mafalda, Montecilfone, Montefalcone nel Sannio, Montelongo, Montemitro, Montenero di Bisaccia, Montorio nei Frentani, Morrone del Sannio, Palata, Petacciato, Portocannone, Provvidenti, Ripabottoni, Roccavivara, Rotello, San Felice del Molise, San Giacomo degli Schiavoni, San Giuliano di

Puglia, San Martino in Pensilis, Santa Croce di Magliano, Tavenna, Termoli, Ururi.

(29) Con avviso di errata corregge pubblicato nel B.U. 1° dicembre 1999, n. 22, da ritenersi riferito alla presente legge e non alla L.R. 27 settembre 1999, n. 27 erroneamente ivi indicata, è stato così corretto l'ultimo comune della presente area, indicato erroneamente nel Bollettino Ufficiale in «Sant'Elia Sannita».
