



# **CITTA' DI ALTAMURA**

**SETTORE V  
SERVIZIO ATTIVITA' PRODUTTIVE  
P.S. - COMMERCIO**

**REGOLAMENTO COMUNALE  
PER L'ESERCIZIO ED IL CONTROLLO  
DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI**

**SETTEMBRE 2011**

# INDICE

TITOLO I - PRINCIPI GENERALI.....	3
Art. 1 - Oggetto e criteri interpretativi .....	3
Art. 2 - Definizioni.....	3
Art. 3 - Attività propositiva, istruttoria, esecutiva e di vigilanza .....	4
TITOLO II - COMMERCIO IN SEDE FISSA, FORME SPECIALI DI VENDITA E COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE.....	4
CAPO I - NORME COMUNI.....	4
Art. 4 - Principi generali .....	4
Art. 5 - Strumenti di programmazione e sviluppo delle attività commerciali.....	5
Art. 6 - Dotazione e caratteristiche dei parcheggi.....	5
Art. 7 - Correlazione tra titolo edilizio e autorizzazione commerciale .....	6
CAPO II - ESERCIZI DI VICINATO .....	6
Art. 8 - Segnalazione Certificata d’inizio Attività.....	6
Art. 9 - Elementi della Segnalazione Certificata d’inizio Attività e modalità di redazione.....	6
Art. 10 - Procedimenti di controllo e verifica delle Segnalazioni ed atti ed effetti finali .....	7
CAPO III - MEDIE STRUTTURE DI VENDITA .....	7
Art. 11 - Medie strutture di vendita – Rinvio.....	7
CAPO IV - GRANDI STRUTTURE.....	7
Art. 12 - Classificazione.....	7
Art. 13 - Criteri e procedimenti per il rilascio dell’autorizzazione – Rinvio.....	7
CAPO V - FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO .....	7
Art. 14 - Tipologie delle forme speciali di vendita .....	7
Art. 15 - Segnalazione: efficacia, elementi e modalità di redazione .....	8
Art. 16 - Procedimenti di controllo e verifica delle segnalazioni.....	8
Art. 17 - Spacci interni.....	8
Art. 18 - Apparecchi automatici.....	8
Art. 19 - Vendita per corrispondenza o mediante altri sistemi di comunicazione .....	9
Art. 20 - Vendite a domicilio .....	9
Art. 21 - Propaganda a fini commerciali .....	10
Art. 22 - Vendita in strutture ricettive .....	10
CAPO VI - COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE .....	10
Art. 23 - Commercio su aree pubbliche - rinvio.....	10
TITOLO III - DISPOSIZIONI PARTICOLARI E SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE	10
CAPO I - DISPOSIZIONI PARTICOLARI .....	10
Art. 24 - Subingresso .....	10
Art. 25 - Affidamento in gestione di reparto .....	11
CAPO II - SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA' .....	11
Art. 26 -Obbligo di vendita.....	11
Art. 27 - Locali e superficie di vendita .....	11
Art. 28 - Disciplina degli orari .....	11
Art. 29 - Pubblicità dei prezzi .....	12
Art. 30 - Vendite di liquidazione .....	12
Art. 31 - Vendite di fine stagione o saldi .....	13
Art. 32 - Vendite promozionali .....	13
Art. 33 - Disposizioni comuni per vendite straordinarie .....	14

---

Art. 34 - Disciplina delle vendite sottocosto .....	14
Art. 35 - Commercio all'ingrosso ed al dettaglio.....	16
Art. 36 - Attività temporanee di vendita .....	16
Art. 37 - Consumo di prodotti alimentari negli esercizi di vicinato .....	16
Art. 38 - Sospensione dell'attività.....	16
Art. 39 - Disposizioni in materia merceologica .....	17
<b>TITOLO IV – CONTROLLI E SANZIONI .....</b>	<b>17</b>
Art. 40 – Controlli.....	17
Art. 41 – Sanzioni .....	18
<b>TITOLO V – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI.....</b>	<b>18</b>
Art. 42 - Trattamento dei dati personali .....	18
Art. 43 - Abrogazioni ed efficacia.....	18

---

**CITTA' DI ALTAMURA**

**REGOLAMENTO COMUNALE PER L'ESERCIZIO ED  
IL CONTROLLO DELLE ATTIVITA' COMMERCIALI**

**TITOLO I - PRINCIPI GENERALI**

**Art. 1 - Oggetto e criteri interpretativi**

1. Il presente Regolamento disciplina i compiti degli uffici, i procedimenti, gli atti e quant'altro non soggetto a riserva di legge nazionale o regionale in materia di commercio, nel rispetto delle indicazioni e delle disposizioni contenute nella normativa comunitaria, nazionale e regionale in materia.
2. Le norme contenute nel presente Regolamento devono essere interpretate alla luce dei principi contenuti nella normativa comunitaria, statale e regionale e si intendono automaticamente abrogate o modificate con l'entrata in vigore di successive disposizioni normative in contrasto, siano esse di carattere comunitario, nazionale o regionale.
3. I riferimenti del presente regolamento a leggi, regolamenti ed altre norme si intendono estesi alle successive modifiche ed integrazioni delle stesse.

**Art. 2 - Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:
  - per **Decreto**, il decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114;
  - per **Legge Regionale**, la Legge Regionale 1 agosto 2003, n. 11 e s. m. i.;
  - per **Regolamento Regionale**, il Regolamento Regionale 28 aprile 2009, n. 7;
  - per **commercio all'ingrosso**, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione ed è soggetta ad iscrizione nel Registro delle Imprese della competente C.C.I.A.A.;
  - per **commercio al dettaglio**, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;
  - per **superficie di vendita** di un esercizio commerciale, la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita. Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici, gli spazi collocati davanti alle casse e altri servizi nei quali non è previsto l'ingresso dei clienti;
  - per **medie strutture di vendita**, gli esercizi con superficie di vendita compresa tra 251 e 2.500 mq così articolate:
    - 1) **M1. medie strutture di livello locale** con superficie di vendita da 251 fino a 600 mq;
    - 2) **M2. medie strutture intermedie** con superficie di vendita da 601 a 1.500 mq;
    - 3) **M3. medie strutture attrattive** con superficie di vendita da 1501 a 2500 mq.;
  - per **concentrazione** l'unione di attività e superfici autorizzate di più esercizi commerciali preesistenti in un nuovo esercizio commerciale;
  - per **accorpamento** l'unione in un esercizio preesistente di attività e superfici di altri esercizi commerciali;
  - per **requisiti morali**, i requisiti prescritti **all'art. 71 del D. L.vo n. 59/2010**;
  - per **requisiti professionali**, i requisiti prescritti **all'art. 71 del D. L.vo n. 59/2010**.
2. I settori merceologici per i quali è autorizzata la vendita degli esercizi commerciali, sono i seguenti:
  - a) settore alimentare e misto (alimentare e non alimentare);

- 
- b) settore non alimentare beni per la persona comprendente i prodotti non alimentari dei settori: commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati;
  - c) settore non alimentare altri beni a basso impatto urbanistico comprendente i prodotti non alimentari dei settori: commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri, commercio di altri autoveicoli, commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli, commercio al dettaglio di ferramenta, vernici, vetro piano e materiale elettrico e termo idraulico, limitatamente ai prodotti e materiali termoidraulici, commercio al dettaglio di articoli igienico-sanitari, commercio al dettaglio di materiali da costruzione, ceramiche e piastrelle, commercio al dettaglio di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura, macchine e attrezzature per il giardinaggio, commercio al dettaglio di natanti e accessori;
  - d) settore non alimentare altri beni comprendente tutti i settori non alimentari non inclusi nelle precedenti lettere b) e c).
3. Nel caso in cui siano commercializzati solo i prodotti del settore beni a basso impatto urbanistico, la superficie di vendita dell'esercizio è calcolata nella misura di 1/10 della superficie di vendita come definita al precedente comma 1.

### **Art. 3 - Attività propositiva, istruttoria, esecutiva e di vigilanza**

1. L'attività propositiva, istruttoria ed esecutiva preordinata all'esercizio delle funzioni di competenza del Comune derivanti da leggi Comunitarie, dello Stato e della Regione vengono espletate dallo SPORTELLO UNICO DELLE ATTIVITA' PRODUTTIVE, secondo l'articolazione dei servizi e delle funzioni prevista dal Comune di Altamura.
2. Il Responsabile del Procedimento svolge tutti i compiti previsti dall'art. 6 della legge 241/1990 ed in particolare cura la corrispondenza con gli interessati o i controinteressati, ivi comprese le richieste di integrazioni di dati, dichiarazioni o documenti, le comunicazioni d'ufficio, provvede inoltre, secondo quanto indicato dall'art.11 del presente regolamento, ad assicurare adeguati controlli sulle dichiarazioni sostitutive ed alla trasmissione degli atti finali.
3. Ogni ufficio comunale cointeressato ai procedimenti di cui al presente regolamento individua uno o più referenti cui il Responsabile del Procedimento si rapporta per dar luogo ad un'organizzazione improntata a criteri di certezza, celerità, uniformità, omogeneità, efficienza ed efficacia.
4. L'elenco dei referenti è pubblico e di esso, insieme alle altre indicazioni di carattere organizzativo e procedimentale, è data la massima diffusione.
5. L'attività di vigilanza è espletata dalla Polizia Municipale, tramite l'Ufficio di Polizia Amministrativa.

## **TITOLO II - COMMERCIO IN SEDE FISSA, FORME SPECIALI DI VENDITA E COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**

### **CAPO I - NORME COMUNI**

#### **Art. 4 - Principi generali**

1. L'esercizio del commercio, nell'ambito delle limitazioni espressamente previste dalla legge, dal regolamento e dagli atti di indirizzo, nazionali e regionali, è fondato sul principio della libertà di iniziativa economica.
2. L'Amministrazione Comunale garantisce il contemperamento di tale diritto con le esigenze di tutela del pubblico interesse ed il perseguimento delle finalità di cui all'art. 2 della Legge Regionale mediante gli strumenti comunali di programmazione e incentivazione di cui alla Legge Regionale ed al Regolamento Regionale.

- 
3. Tutte le domande e/o comunicazioni e/o segnalazioni previste dal presente regolamento devono essere presentate allo Sportello Unico delle Attività Produttive, secondo le modalità dallo stesso stabilite dal D.P.R. 160/2010, e devono essere compilate sugli appositi modelli predisposti dagli Uffici, a pena di inammissibilità.
  4. Tutti i termini per la conclusione dei singoli procedimenti, o parti di essi, indicati nel presente regolamento, decorrono esclusivamente dalla data di ricevimento/arrivo della domanda.
  5. Il Comune adotta ogni opportuna iniziativa per divulgare istruzioni atte a facilitare la corretta compilazione delle domande e/o comunicazioni inerenti il presente regolamento.
  6. Salva l'ipotesi di diversa espressa indicazione, il recapito per la corrispondenza agli interessati è costituito dalla residenza (in caso di ditta individuale) o dalla sede legale (in caso di società) dichiarate nella domanda o comunicazione.
  7. Il Comune può sempre e comunque intervenire con provvedimento di divieto di prosecuzione dell'attività e chiusura dell'esercizio in caso di mendacità e falsità delle dichiarazioni rese nelle domande e/o comunicazioni e/o segnalazioni o dei documenti prodotti a corredo, secondo quanto previsto dagli art. 19 e ssgg. della L. 241/90 e s.m.i.
  8. Il commercio al dettaglio e le forme speciali di vendita devono essere esercitate nel pieno rispetto delle norme igienico-sanitarie.
  9. Gli atti relativi al procedimento sono soggetti alle forme di accesso previste dagli artt. 22 e ss. della legge 241/1990.

#### **Art. 5 - Strumenti di programmazione e sviluppo delle attività commerciali**

1. In attuazione delle disposizione di cui alla Legge Regionale e al Regolamento Regionale, il Comune approva, almeno una volta ogni tre anni gli "Indirizzi e criteri per il rilascio delle autorizzazioni per gli insediamenti delle medie strutture di vendita e delle strutture di interesse locale".
2. In attuazione delle disposizione di cui alla Legge Regionale e al Regolamento Regionale, il Comune approva apposito piano di promozione e sviluppo delle attività commerciali nel Centro Storico.
3. La specifica regolamentazione commerciale introdotta con i criteri di cui al precedente comma 1 e del piano di cui al precedente comma 2, tiene conto e si integra con quella prevista dal presente regolamento nonché con quella stabilita dagli ordinari strumenti di programmazione urbanistica, generali ed attuativi.
4. Di tali criteri e piani, salvi i diritti di accesso e le forme di pubblicità già previste e disciplinate dall'ordinamento, viene data la massima diffusione e pubblicità.
5. Le autorizzazioni inerenti le medie o grandi strutture sono negate ove l'insediamento risulti in contrasto:
  - con gli strumenti urbanistici vigenti e con la relativa normativa;
  - con i criteri e la specifica regolamentazione commerciale introdotta di cui ai commi 1 e 2 del presente articolo per le medie strutture di vendita;
  - con gli indirizzi di cui al Titolo II del Regolamento Regionale per le grandi strutture di vendita;
  - con quanto disposto art. 6 del presente regolamento in relazione alla dotazione e caratteristiche dei parcheggi.

#### **Art. 6 - Dotazione e caratteristiche dei parcheggi**

1. Per le dotazioni dei parcheggi necessari per consentire l'insediamento degli esercizi commerciali, si fa riferimento a quanto specificatamente previsto dalla Legge Regionale.

---

#### **Art. 7 - Correlazione tra titolo edilizio e autorizzazione commerciale**

1. Al fine di quanto disposto dall'articolo 14 della Legge Regionale la presentazione della domanda di autorizzazione per le medie e grandi strutture di vendita avviene in maniera coordinata alla richiesta del titolo edilizio.
2. Per le medesime finalità, le istanze volte all'ottenimento di autorizzazioni per le medie o grandi strutture di vendita devono essere corredate di un attestato di conformità urbanistica delle aree e dei locali indicati.
3. L'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata soltanto in conformità degli strumenti di pianificazione territoriale, paesistica e urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standards urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento.
4. L'attività commerciale non può essere iniziata fino alla certificazione, nelle forme previste dalle vigenti disposizioni, della agibilità degli immobili relativi.
5. L'annullamento e/o la decadenza della concessione o autorizzazione edilizia per motivi urbanistico-edilizi comporta la revoca della corrispondente autorizzazione commerciale con divieto di proseguire l'attività negli immobili interessati dai provvedimenti di cui trattasi.

### **CAPO II - ESERCIZI DI VICINATO**

#### **Art. 8 - Segnalazione Certificata d'inizio Attività**

1. L'apertura, il trasferimento della gestione o della proprietà, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita fino a 250 mq. o la riduzione della stessa, le variazioni del settore merceologico e la cessazione dell'attività sono soggetti a Segnalazione Certificata d'inizio Attività ex art. 19 L. 241/90 e s.m.i. da effettuare ai sensi dell'art. 4 del presente Regolamento.
2. L'attività oggetto della segnalazione può essere iniziata dalla data della presentazione della segnalazione.
3. Il SUAP, in caso di accertata carenza dei requisiti e dei presupposti per l'avvio dell'attività, nel termine di sessanta giorni dal ricevimento della segnalazione, adotta motivati provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione degli eventuali effetti dannosi di essa, salvo che, ove ciò sia possibile, l'interessato provveda a conformare alla normativa vigente detta attività ed i suoi effetti entro un termine fissato dall'amministrazione, in ogni caso non inferiore a trenta giorni.
4. E' fatto comunque salvo il potere dell'amministrazione di assumere determinazioni in via di autotutela, ai sensi degli articoli 21-quinquies e 21-nonies della L. 241/90 e s.m.i..
5. In caso di dichiarazioni sostitutive di certificazione e dell'atto di notorietà false o mendaci, l'amministrazione, ferma restando l'applicazione delle sanzioni penali di cui al comma 6, nonché di quelle di cui al capo VI del testo unico di cui al d.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, può sempre e in ogni tempo adottare i provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione degli eventuali effetti dannosi di essa.

#### **Art. 9 - Elementi della Segnalazione Certificata d'inizio Attività e modalità di redazione.**

1. La segnalazione di cui all'art. 8 deve essere effettuata utilizzando esclusivamente l'apposita modulistica approvata, disponibile presso il Suap ed il sito internet istituzionale del Comune.
2. La segnalazione effettuata su modulistica diversa o su carta semplice non è efficace ed idonea a produrre alcuno degli effetti giuridici previsti e, quindi, a conseguire gli scopi voluti dall'interessato, ed è conseguentemente respinta ed archiviata dandone comunicazione all'interessato.

---

#### **Art. 10 - Procedimenti di controllo e verifica delle Segnalazioni ed atti ed effetti finali**

1. A seguito del ricevimento delle segnalazioni di cui ai precedenti artt. 8 e 9, il responsabile del procedimento procede, nei sessanta giorni successivi, alla verifica della loro regolarità e correttezza formale e cioè della presenza, completezza e leggibilità di tutti gli elementi (dati, dichiarazioni, allegati) richiesti.
2. Il responsabile del procedimento, in caso di accertata carenza dei requisiti e dei presupposti per l'avvio dell'attività, nel termine di sessanta giorni dal ricevimento della segnalazione, adotta motivati provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione degli eventuali effetti dannosi di essa, salvo che, ove ciò sia possibile, l'interessato provveda a conformare alla normativa vigente detta attività ed i suoi effetti entro un termine fissato dall'amministrazione, in ogni caso non inferiore a trenta giorni.
3. La regolare segnalazione, conforme alle norme previste dalla L. 241/90 e s.m.i., al D.P.R. 160/2010, costituisce il titolo che legittima l'esercizio del commercio al dettaglio.

#### **CAPO III - MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

##### **Art. 11 - Medie strutture di vendita – Rinvio**

1. Per quanto non riportato, le medie strutture di vendita sono disciplinate negli "Indirizzi e criteri per il rilascio delle autorizzazioni per gli insediamenti delle medie strutture di vendita e delle strutture di interesse locale" di cui al comma 1 del precedente articolo 5, così come disposto dalle vigenti disposizioni nazionali e regionali in materia.
2. Per ciò che concerne i procedimenti di controllo e verifica, valgono le disposizioni dell'art. 10, commi 1, 2, 3, del presente regolamento in quanto applicabili alle medie strutture.

#### **CAPO IV - GRANDI STRUTTURE**

##### **Art. 12 - Classificazione**

1. Le grandi strutture, secondo la superficie di vendita, si ripartiscono in:
  - 1) G1 grandi strutture inferiori con superficie di vendita da 2.501 a 4.500 mq;
  - 2) G2 grandi strutture superiori con superficie di vendita maggiore di 4.500 mq. fino a 15.000 mq.

##### **Art. 13 - Criteri e procedimenti per il rilascio dell'autorizzazione – Rinvio**

1. Per ciò che concerne i procedimenti per il rilascio dell'autorizzazione, si rinvia a quanto stabilito nella L.R. 11/2003 e nel R.R. 7/2009;

#### **CAPO V - FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO**

##### **Art. 14 - Tipologie delle forme speciali di vendita**

1. La vendita al dettaglio può essere esercitata nelle forme speciali previste **dalla Legge Regionale** secondo le modalità e nei limiti previsti dalla stessa e dal presente regolamento.
2. Le forme speciali di vendita si suddividono in:
  - vendita in spacci interni;
  - vendita mediante apparecchi automatici;
  - vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione;



- 
- vendita a domicilio.

#### **Art. 15 - Segnalazione: efficacia, elementi e modalità di redazione**

1. L'inizio dell'attività, le variazioni (di superficie di vendita, di settore merceologico, di titolarità o gestione), il trasferimento e la cessazione delle forme speciali di vendita di cui al presente capo sono soggette a preventiva Segnalazione allo Sportello Unico delle Attività Produttive, secondo le modalità dallo stesso stabilite dal D.P.R. 160/2010, e devono essere compilate sugli appositi modelli predisposti dagli Uffici, a pena di inammissibilità.
2. L'attività oggetto della segnalazione può essere iniziata dalla data della presentazione della segnalazione.
3. La segnalazione deve essere effettuata utilizzando esclusivamente l'apposita modulistica approvata, disponibile presso il Suap ed il sito internet istituzionale del Comune.
4. La segnalazione effettuata su modulistica diversa o su carta semplice non è efficace ed idonea a produrre alcuno degli effetti giuridici previsti e, quindi, a conseguire gli scopi voluti dall'interessato, ed è conseguentemente respinta ed archiviata dandone comunicazione all'interessato;

#### **Art. 16 - Procedimenti di controllo e verifica delle segnalazioni**

1. Per ciò che concerne i procedimenti di controllo e verifica delle segnalazioni di cui all'art. 16 valgono le disposizioni dell'art. 10 del presente regolamento in quanto applicabili alle forme speciali di vendita al dettaglio.

#### **Art. 17 - Spacci interni**

1. Per vendita in spacci interni si intende la vendita al dettaglio effettuata:
  - a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati;
  - a favore di militari;
  - a favore di soci di cooperative di consumo;
  - a favore di aderenti a circoli privati;
  - nelle scuole, esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;
  - negli ospedali, esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;
  - nei cinema, teatri e altri luoghi destinati ad accogliere attività di rappresentazione o spettacolo, esclusivamente a favore degli spettatori;
  - nei musei, esclusivamente a favore dei visitatori (fatte salve le norme speciali di cui alla L. 14.01.1993 n° 4 e al D.M. 24.03.1997 n° 139);
  - negli alberghi ed altre strutture ricettive, esclusivamente a favore degli alloggiati (fatte salve le norme speciali vigenti);
  - negli altri luoghi, pubblici o privati, assimilabili (accesso riservato a determinate categorie di soggetti o sottoposto a particolari modalità quali il pagamento di un biglietto).
2. I locali nei quali è effettuata la vendita di cui al precedente comma non devono essere aperti al pubblico né devono avere accesso diretto dalla pubblica via.

#### **Art. 18 - Apparecchi automatici**

1. La vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici è soggetta ad apposita segnalazione al Suap. Una stessa segnalazione può essere utilizzata per più apparecchi automatici e per diverse loro ubicazioni (da indicare esattamente). Ove l'installazione insista su suolo pubblico, occorre conseguire l'apposita concessione.
2. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo, è soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita di cui ai precedenti Capi del presente Titolo.

- 
3. La somministrazione al pubblico di alimenti e bevande effettuata mediante apparecchi automatici è soggetta alle disposizioni della 287/1991 sui pubblici esercizi laddove si configuri la fattispecie di cui all'art. 1 comma 2 della succitata legge.

#### **Art. 19 - Vendita per corrispondenza o mediante altri sistemi di comunicazione**

1. La vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione è soggetta a previa Segnalazione al Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale, se società.
2. E' vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta.
3. E' consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi, senza spese o vincoli per il consumatore.
4. Nei casi in cui le operazioni di vendita siano effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva deve accertare, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attività sia in possesso dei requisiti prescritti dal Decreto e dal presente regolamento per l'esercizio della vendita al dettaglio. Durante la trasmissione debbono essere indicati il nome e la denominazione o la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese ed il numero della partita IVA.
5. Agli organi di vigilanza è consentito il libero accesso al locale indicato come sede del venditore.
6. Sono vietate le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione.
7. Chi effettua le vendite tramite televisione per conto terzi deve essere in possesso della licenza prevista dall'articolo 115 del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza, approvato con regio decreto 18 giugno 1931, n. 773.
8. Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo) in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.
9. Le disposizioni previste dal presente articolo si applicano anche al commercio elettronico nel rispetto dell'art. 21 del Decreto e delle azioni promosse dal Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato e dalla Regione.

#### **Art. 20 - Vendite a domicilio**

1. La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori, è soggetta a previa Segnalazione al Suap nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale, se società.
2. Il soggetto di cui al comma 1, che intende avvalersi per l'esercizio dell'attività di incaricati, ne comunica l'elenco all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attività dei medesimi.
3. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti all'art. 71 del D. L.vo n. 59/2010, i quali sono autocertificati dagli stessi ed allegati nella comunicazione di cui al precedente comma.
4. L'impresa di cui al comma 1 rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate, che deve essere ritirato nel caso di perdita dei requisiti richiesti.
5. Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 4 deve essere numerato e aggiornato annualmente, deve contenere le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, nonché del nome del responsabile dell'impresa stessa e la firma di quest'ultimo; il tesserino deve essere esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.

- 
6. Le disposizioni concernenti gli incaricati si applicano anche nel caso di operazioni di vendita a domicilio del consumatore effettuate dal commerciante sulle aree pubbliche in forma itinerante.
  7. Il tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4 e 5 è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua personalmente le operazioni disciplinate dal presente articolo.
  8. Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del Consumo) in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

#### **Art. 21 - Propaganda a fini commerciali**

1. L'esibizione o illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi altra forma di propaganda commerciale presso il domicilio del consumatore o nei locali nei quali il consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi di lavoro, studio, cura o svago, sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati e sul tesserino di riconoscimento di cui all'articolo precedente.

#### **Art. 22 - Vendita in strutture ricettive**

1. I soggetti autorizzati ad esercitare l'attività ricettiva possono effettuare, unitamente alla prestazione del servizio ricettivo, la fornitura di guide turistiche, giornali, riviste, pellicole per uso cinematografico, cartoline e francobolli alle persone alloggiate.
2. Le disposizioni di cui al precedente comma, non si applicano alle strutture ricettive agrituristiche.
3. L'attività di vendita effettuata in alberghi o in altre strutture ricettive, effettuata dal titolare delle stesse o da terzi con il suo consenso, di prodotti non compresi nel precedente comma 1 e per i soli alloggiati, segue la disciplina di cui al precedente art. 18 (Spacci interni).
4. Le disposizioni in materia di orario e di chiusura domenicale e festiva non si applicano agli esercizi di vendita interni ai campeggi, ai villaggi e ai complessi turistici e alberghieri.

### **CAPO VI - COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE**

#### **Art. 23 - Commercio su aree pubbliche - rinvio**

1. L'attività commerciale su aree pubbliche è disciplinata sulla base del Decreto, della Legge Regionale 24 luglio 2001, n. 18 "Disciplina del commercio su aree pubbliche" e del "Piano Comunale del Commercio su aree pubbliche".

### **TITOLO III - DISPOSIZIONI PARTICOLARI E SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE**

#### **CAPO I - DISPOSIZIONI PARTICOLARI**

#### **Art. 24 - Subingresso**

1. Il trasferimento della gestione e della titolarità di un esercizio di vendita per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento della titolarità dell'autorizzazione, sempre che il subentrante possieda i requisiti di cui all'articolo 5 del Decreto.
2. La domanda di sub-ingresso e/o segnalazione é presentata, pena la decadenza, entro un anno dalla morte del titolare o entro sessanta giorni dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio.

- 
3. In caso di morte del titolare, l'autorizzazione é reintestata all'erede o agli eredi che ne facciano domanda, purché gli stessi abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'articolo 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società di persone, sempre che abbiano i requisiti di cui all'art. 71 del D. L.vo n. 59/2010.
  4. Qualora si tratti di esercizi relativi al settore merceologico alimentare, gli eredi reintestatarî dell'autorizzazione che ne siano sprovvisti devono acquisire i requisiti professionali di cui all'art. 71 del D. L.vo n. 59/2010 entro un anno.

#### **Art. 25 - Affidamento in gestione di reparto**

1. Il titolare di un esercizio commerciale organizzato in più reparti in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di vendita può affidare uno o più reparti, perchè lo gestisca in proprio per il periodo di tempo convenuto, ad un soggetto in possesso dei requisiti di cui all'art. 71 del D. L.vo n. 59/2010, dandone comunicazione alla Camera di Commercio e al Comune. Qualora non abbia provveduto a tali comunicazioni, risponde dell'attività del soggetto stesso. Questi, a sua volta, deve dare comunicazione al Comune e alla Camera di Commercio.
2. La fattispecie non costituisce caso di subingresso.

### **CAPO II - SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA'**

#### **Art. 26 -Obbligo di vendita**

1. In conformità a quanto stabilito dall'articolo 1336 del Codice civile, il titolare dell'attività commerciale al dettaglio procede alla vendita al richiedente nel rispetto dell'ordine temporale della richiesta.

#### **Art. 27 - Locali e superficie di vendita**

1. I locali nei quali si svolgono attività di vendita al pubblico debbono avere accesso diretto da area pubblica o privata qualora trattisi di cortili interni, androni, parti condominiali comuni; in quest'ultimo caso dovranno avere finestre od altre luci e insegne visibili da area pubblica.
2. E' consentita l'attività di vendita su spazi privati all'aperto ed al di fuori di specifici locali di vendita, qualora essa concerna legnami, combustibili, materiali per l'edilizia, autoveicoli ed altri prodotti che, sulla base degli usi locali, vengono detenuti e venduti all'aperto.
3. La superficie di vendita dell'esercizio commerciale è l'area destinata alla vendita, coperta o scoperta, al netto delle murature, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, né le zone di passaggio antistanti le vetrine sia nei casi in cui si trovino all'esterno del negozio sul fronte strada, che nei casi in cui siano integrate con spazi di passaggio comuni ad altri esercizi commerciali. Inoltre non costituisce superficie di vendita la zona di passaggio tra la linea casse e l'ingresso dove non è esposta la merce, di deposito dei carrelli e quella ove accede esclusivamente il personale di servizio.

#### **Art. 28 - Disciplina degli orari**

1. La disciplina degli orari degli esercizi di vendita al dettaglio è contenuta in apposita ordinanza sindacale nel rispetto di quanto stabilito dalla Legge Regionale. Il Comune in accordo e collaborazione con le Associazioni di categoria e dei consumatori e con le organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti del settore, può promuovere opportune iniziative affinché la chiusura degli esercizi durante le ferie avvenga con criteri di gradualità.
2. La vendita, nei locali di produzione o locali a questi adiacenti, di prodotti di produzione propria effettuata dagli artigiani è soggetta alle disposizioni di cui al precedente comma 1.

---

### **Art. 29 - Pubblicità dei prezzi**

1. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, debbono indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo.
2. Quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello.
3. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.
4. I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trovi già impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, in modo che risulti facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dall'applicazione del precedente comma 3.
5. In caso di vendita di prodotti d'arte e di antiquariato nonché di oreficeria, l'obbligo di pubblicità del prezzo può ritenersi rispettato mediante modalità idonee allo scopo, anche tramite l'utilizzo sul singolo prodotto di un cartellino visibile dall'interno dell'esercizio e non dall'esterno.
6. Restano salve le disposizioni vigenti circa l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita al dettaglio per unità di misura.

### **Art. 30 - Vendite di liquidazione**

1. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di: cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali e possono essere effettuate previa comunicazione al Comune dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti.
2. L'operatore che intende effettuare una vendita di liquidazione deve darne comunicazione al SUAP almeno quindici giorni prima della data in cui deve avere inizio. La comunicazione deve contenere:
  - a. in caso di liquidazione per cessazione dell'attività commerciale, atto di rinuncia all'autorizzazione per le medie o grandi strutture di vendita ovvero, per gli esercizi di vicinato, dichiarazione di cessazione dell'attività;
  - b. in caso di liquidazione per cessione d'azienda, copia del contratto, non preliminare, redatto con atto pubblico o scrittura privata registrata;
  - c. in caso di liquidazione per trasferimento in altri locali, copia della comunicazione di trasferimento, se trattasi di esercizi di vicinato, ovvero dell'autorizzazione negli altri casi, unitamente a prova della disponibilità dei nuovi locali;
  - d. in caso di liquidazione per trasformazione o rinnovo dei locali, dichiarazione di esecuzione dei lavori con elenco dettagliato degli stessi comunicato all'Ufficio urbanistico del Comune. L'esecuzione dei lavori va poi comprovata dalla dichiarazione di fine lavoro dell'impresa esecutrice e dalla sua fattura. I tempi di lavoro di ristrutturazione devono essere minimo dieci giorni;
  - e. per tutti i tipi di vendita di liquidazione, l'ubicazione dei locali in cui deve essere effettuata, che in caso di trasferimento sono quelli di provenienza, la data di inizio e di fine della vendita, le merci oggetto della stessa;
  - f. le merci poste in vendita distinte per voce merceologica, qualità e prezzo praticato prima della liquidazione e sconto in percentuale con il quale si intendono offrire le stesse.
3. Al termine della vendita di liquidazione per il rinnovo o la trasformazione dei locali l'esercizio deve essere immediatamente chiuso per il tempo necessario all'effettuazione dei lavori e comunque per almeno dieci giorni.
4. Le vendite di liquidazione possono essere effettuate, per una durata massima di sei settimane, in ogni periodo dell'anno esclusi il mese di dicembre e i trenta giorni precedenti l'inizio di ciascun periodo di vendite di fine stagione.

- 
5. Per cessazione dell'attività è da intendersi anche la cessazione di uno dei settori merceologici per i quali l'esercizio è abilitato alla vendita.
  6. Dalla data di inizio delle vendite di liquidazione è fatto assoluto divieto di introdurre nei locali di vendita e nelle pertinenze dello stesso altre merci del genere per le quali viene effettuata la liquidazione. Il divieto interessa sia le merci in acquisto che in conto deposito.
  7. Le disposizioni del presente articolo non si applicano alle vendite disposte dalla autorità giudiziaria a seguito di esecuzione forzata.

#### **Art. 31 - Vendite di fine stagione o saldi**

1. Le vendite di fine stagione o saldi riguardano i prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo.
2. Per prodotti a carattere stagionale o di moda, che possono essere oggetto di vendita di fine stagione, si intendono:
  - a. i generi di vestiario e abbigliamento in genere;
  - b. gli accessori dell'abbigliamento e la biancheria intima;
  - c. le calzature, le pelletterie, gli articoli di valigeria e da viaggio;
  - d. gli articoli sportivi;
  - e. le confezioni e i prodotti tipici natalizi, al termine del periodo natalizio;
3. L'elenco dei prodotti di cui al comma 2, può essere esteso sulla base di valutazione degli usi locali, sentite le associazioni provinciali di categoria degli operatori commerciali e dei consumatori maggiormente rappresentative.
4. L'esercente che intende effettuare una vendita di fine stagione o saldo deve darne comunicazione al Comune, almeno cinque giorni prima, indicando:
  - a. la data di inizio e la durata della vendita;
  - b. i prodotti oggetto della vendita;
  - c. la sede dell'esercizio;
  - d. le modalità di separazione dei prodotti offerti in vendita di fine stagione da tutti gli altri.
5. Le vendite di fine stagione o saldi devono essere presentate al pubblico come tali e possono essere effettuate solamente dal 15 gennaio al 15 febbraio e dal 15 luglio al 15 settembre, fatta salva diversa disposizione della Regione.
6. Le merci offerte a prezzi di saldo devono essere separate in modo chiaro e inequivocabile da quelle che eventualmente siano contemporaneamente poste in vendita alle condizioni normali. Nel caso tale separazione non fosse possibile, queste ultime non possono essere poste in vendita. Nel caso che per una stessa voce merceologica si praticino più prezzi di vendita secondo la varietà degli articoli, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più basso e quello più alto con lo stesso rilievo tipografico. Nel caso in cui venga indicato un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce merceologica devono essere venduti a tale prezzo.

#### **Art. 32 - Vendite promozionali**

1. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di promuovere gli acquisti di alcuni prodotti merceologici per un periodo di tempo limitato praticando uno sconto sul prezzo normale di vendita, salvaguardando la clausola del sottocosto.
2. Per l'effettuazione della vendita promozionale, l'esercente è tenuto a rendere noto al pubblico la data di inizio e la durata della vendita; i prodotti oggetto della vendita e le percentuali di sconto praticate per ciascuna di essi; la sede dell'esercizio. I prodotti offerti in vendita promozionale devono essere facilmente individuabili dai consumatori o separati da tutti gli altri.
3. Le vendite promozionali non possono essere effettuate nei quaranta giorni antecedenti i saldi e durante i saldi stessi.

---

### **Art. 33 - Disposizioni comuni per vendite straordinarie**

1. Nelle vendite di liquidazione, di fine stagione e promozionali è vietato il riferimento a vendite fallimentari, aste, vendite giudiziarie, giochi a premio nonché la vendita con il sistema del pubblico incanto.
2. E fatto obbligo all' esercente di esporre cartelli informativi sul tipo di vendita straordinaria che si sta effettuando.
3. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità delle asserzioni pubblicitarie che devono essere presentate graficamente in modo non ingannevole e contenere gli estremi delle comunicazioni, la durata e l'oggetto della vendita.
4. Le merci offerte in vendita straordinaria devono essere nettamente separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie. In mancanza di separazione tutte le merci esposte devono essere vendute alle condizioni più favorevoli previste per la vendita straordinaria, salvo il caso in cui le stesse non possano essere oggetto di essa.
5. Nel caso in cui 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.
6. Nel caso in cui sia indicato un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce reclamizzata devono essere venduti a tale prezzo.
7. Durante il periodo di vendita di fine stagione o di liquidazione è ammesso vendere solo merci già presenti nell'esercizio, con divieto di introdurne di nuove, sia acquistate sia in conto deposito.
8. L'esaurimento delle scorte deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile dall'esterno del locale di vendita, con le stesse forme e rilievo grafico adoperato per evidenziare la presenza di vendita straordinaria nel locale.
9. La pubblicità relativa alle vendite di cui ai precedenti articoli deve essere impostata in maniera non ingannevole per il consumatore, deve contenere gli estremi della comunicazione e la durata della iniziativa. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi affermazione in essa contenuta in merito alla qualità e ai prezzi.
10. I prezzi pubblicizzati devono essere praticati nei confronti di qualsiasi compratore, senza limitazioni e senza abbinamento di vendita, fino all'esaurimento delle scorte. In caso di esaurimento di scorte relativo ad alcuni prodotti, il pubblico deve essere portato a conoscenza con avviso ben visibile all'esterno del locale. Gli organi della vigilanza possono effettuare controlli per verificare se le scorte siano effettivamente esaurite.
11. Gli organi di vigilanza possono effettuare controlli presso i punti di vendita, avvalendosi di periti ed esperti iscritti negli albi presso i competenti tribunali, appositamente incaricati.

### **Art. 34 - Disciplina delle vendite sottocosto**

1. Per vendita sottocosto, di cui al Decreto del Presidente della Repubblica 6 aprile 2001, n. 218 "Regolamento recante disciplina delle vendite sottocosto", si intende la vendita al pubblico di uno o più prodotti effettuata ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorato dell'imposta del valore aggiunto e di ogni altra imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto medesimo purché documentati.
2. E' vietata la vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che, da solo o congiuntamente a quelli dello stesso gruppo di cui fa parte, detiene una quota superiore al cinquanta per cento della superficie di vendita complessiva esistente nel territorio della provincia dove ha sede l'esercizio, con

---

riferimento al settore merceologico di appartenenza. Detta circostanza va verificata alla data del primo giorno del mese antecedente a quello nel corso del quale viene effettuata la comunicazione al comune.

3. La vendita sottocosto deve essere comunicata al comune almeno dieci giorni prima dell'inizio e può essere effettuata solo tre volte nel corso dell'anno; ogni vendita sottocosto non può avere una durata superiore a dieci giorni e il numero delle referenze oggetto di ciascuna vendita non può essere superiore a cinquanta. Al fine di garantire la tutela del consumatore ed agevolare l'attività di controllo, alla comunicazione deve essere allegato l'elenco dei prodotti destinati alla vendita sottocosto o copia del messaggio pubblicitario, per favorire l'attività di controllo.
4. I prodotti in vendita sottocosto devono essere separati da quelli venduti alle condizioni ordinarie in modo che siano inequivocabilmente identificabili all'interno dell'esercizio commerciale e deve essere messa a disposizione, prima dell'inizio e durante il periodo di svolgimento della vendita sottocosto, la documentazione attestante il costo delle singole referenze in vendita.
5. Deve essere resa immediatamente pubblica la fine anticipata dell'offerta, almeno con la pubblicazione all'interno e all'esterno dell'esercizio commerciale dei prodotti esauriti, nel caso di impossibilità a rispettare per l'intero periodo preannunciato le condizioni pubblicizzate
6. Non può essere effettuata una vendita sottocosto se non è decorso almeno un periodo pari a venti giorni dalla precedente, salvo che per la prima vendita sottocosto dell'anno.
7. Nel caso in cui l'iniziativa di effettuare una vendita sottocosto riguardi più esercizi commerciali e sia pertanto predisposta da una struttura dell'associazionismo economico cui aderiscono i predetti, è ammissibile la presentazione al comune di una sola comunicazione effettuata dalla struttura stessa in nome di tutte le imprese commerciali ubicate nel territorio comunale partecipanti all'iniziativa. Resta ferma l'indicazione nella comunicazione di tutti gli elementi previsti nei precedenti commi 3 e 4.
8. Non sono soggette alla disciplina delle vendite sottocosto le vendite scontate non riferibili a singole referenze, ma praticate sugli acquisti effettuati dal consumatore, quali si verificano nel caso di sconti stabiliti in relazione all'ammontare dello scontrino.
9. E' comunque consentito effettuare la vendita sottocosto dei prodotti alimentari freschi e deperibili, dei prodotti alimentari qualora manchino meno di tre giorni alla data di scadenza o meno di quindici giorni alla data del termine minimo di conservazione, nel rispetto delle disposizioni del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109, dei prodotti tipici delle festività tradizionali, qualora sia trascorsa la ricorrenza o la data della loro celebrazione, dei prodotti il cui valore commerciale sia significativamente diminuito a causa di modifiche della tecnologia utilizzata per la loro produzione o di sostanziali innovazioni tecnologiche apportate agli stessi prodotti, ovvero a causa dell'introduzione di nuove normative relative alla loro produzione o commercializzazione, dei prodotti non alimentari difettati, dei quali sia lecita la vendita e garantita la sicurezza secondo la vigente disciplina, o che abbiano subito un parziale deterioramento imputabile a terzi, ovvero ad agenti naturali o a fatti accidentali nonche' di quelli usati per dimostrazioni, mostre, fiere o prove o che, comunque, siano stati concretamente utilizzati prima della vendita.
10. E' altresì consentito effettuare la vendita sottocosto in caso di ricorrenza dell'apertura dell'esercizio commerciale o della partecipazione al gruppo del quale l'esercizio fa parte, con cadenza almeno quinquennale, di apertura di un nuovo esercizio commerciale, di avvenuta ristrutturazione totale dei locali anche qualora si sia proceduto, prima della ristrutturazione, alla vendita di liquidazione, di modifica e integrazione dell'insegna tali da incidere sul carattere individuante della stessa.
11. Le vendite sottocosto di cui ai precedenti commi 9 e 10 non sono soggette alla comunicazione di cui al precedente comma 3.
12. La disciplina sulle vendite sottocosto non si applica agli esercenti il commercio sulle aree pubbliche ed alle forme speciali di vendita.



---

### **Art. 35 - Commercio all'ingrosso ed al dettaglio**

1. E' vietato esercitare congiuntamente il commercio all'ingrosso ed al dettaglio nel medesimo punto di vendita, costituito da uno o più locali contigui. Il divieto non si applica qualora l'operatore, quale che sia il contenuto merceologico oggetto della segnalazione o dell'autorizzazione di cui all'art. 8 della Legge Regionale, si limiti a trattare esclusivamente uno o più dei seguenti prodotti:
  - commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri, commercio di altri autoveicoli, commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli;
  - commercio al dettaglio di ferramenta, vernici, vetro piano e materiale elettrico e termo idraulico, limitatamente ai prodotti e materiali termoidraulici;
  - commercio al dettaglio di articoli igienico-sanitari;
  - commercio al dettaglio di materiali da costruzione, ceramiche e piastrelle;
  - commercio al dettaglio di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura, macchine e attrezzature per il giardinaggio;
  - commercio al dettaglio di natanti e accessori.
2. Resta salvo il diritto acquisito dagli esercenti in attività alla data del 24 aprile 1999.

### **Art. 36 - Attività temporanee di vendita**

1. In occasione di fiere, feste, manifestazioni, spettacoli o altre riunioni straordinarie in aree o locali privati o nella disponibilità di privati o di enti pubblici diversi dall'Amministrazione Comunale, chi interessato, purchè in possesso dei prescritti requisiti di cui all'art. 71 del D. L.vo n. 59/2010 e con il consenso dell'organizzatore o del gestore, può presentare una comunicazione per esercitare temporaneamente nel luogo e nel periodo dell'evento, commercio al dettaglio di prodotti allo stesso attinenti.
2. La segnalazione deve essere presentata almeno dieci giorni prima dell'inizio della vendita.
3. Sono fatte salve le vigenti norme in materia di igiene e sanità, anche in relazione al rilascio delle relative autorizzazioni sanitarie, per quanto attiene alla manipolazione ed al deposito di alimenti ed alla vendita di determinati prodotti.

### **Art. 37 - Consumo di prodotti alimentari negli esercizi di vicinato**

1. Fermi restando i requisiti igienico-sanitari, negli esercizi di vicinato autorizzati alla vendita dei prodotti di cui all'art. 4 della legge 25.03.1997 n. 77 è consentito il consumo immediato dei medesimi all'interno dei locali purchè:
  - non venga effettuato un apposito servizio di somministrazione;
  - non vengano collocate nel locale di vendita attrezzature finalizzate a permettere o favorire la consumazione sul posto dei prodotti;
  - non siano predisposte liste o "menù" dei prodotti offerti, con relativi prezzi;
  - non siano raccolte o registrate le ordinazioni e fatto servizio con portate di alimenti e/o bevande.
2. Per attrezzature finalizzate alla somministrazione si intende un qualsiasi elemento di arredo che sia appositamente collocato nel punto di vendita per consentire o favorire la consumazione dei prodotti sul posto quali tavoli, sedie, banchi, panche e simili. Non sono tali i piani di appoggio sistemati nell'esercizio per consentire di collocarvi i contenitori di alimenti e bevande durante e dopo l'uso.

### **Art. 38 - Sospensione dell'attività**

1. Nel caso di sospensione dell'attività per un periodo superiore ad un mese, deve esserne data comunicazione al Suap almeno 5 (cinque) giorni prima del suo inizio.
2. Il periodo di sospensione può durare fino al massimo di un anno, dopo di che si applicano le disposizioni di cui all'art. 27 comma 4 lett. b) o comma 5 lett. a) della Legge Regionale.

---

### **Art. 39 - Disposizioni in materia merceologica**

1. In un esercizio commerciale possono vendersi tutti e solamente i prodotti compresi nel settore merceologico indicato nella segnalazione di apertura o, nei casi di cui dall'art. 8 della Legge Regionale, oggetto dell'autorizzazione.
2. La segnalazione o l'autorizzazione per un intero settore merceologico non esime dal rispetto delle normative specifiche in materia di vendita di particolari prodotti quali i prodotti di ottica oftalmica, erboristeria, gli oggetti preziosi, gli articoli sanitari ed ogni altro prodotto la cui vendita necessita di ulteriori titoli o presupposti oltre a quelli generali previsti dal decreto.
3. Negli esercizi di vendita di prodotti del settore alimentare possono essere venduti anche i detersivi, gli articoli per la pulizia, nonché gli articoli in carta per la casa.
4. Chiunque abbia titolo a vendere al minuto prodotti agricoli e alimentari ha diritto a porre in vendita al minuto qualunque prodotto surgelato, secondo il disposto dell'art. 1, primo comma, della legge 27 gennaio 1968, n. 32.
5. Il pane può essere venduto, nel rispetto della normativa igienico sanitaria e specifica di tale prodotto, da qualsiasi operatore che abbia titolo a vendere i prodotti del settore alimentare di cui all'art.5 della Legge Regionale.
6. L'operatore che, in base alla comunicazione o all'autorizzazione di cui all'art. 8 della Legge Regionale, è abilitato a porre in vendita i prodotti di uno solo dei settori di cui all'art. 5 dello stessa, ha facoltà di vendere, in un'unica confezione e ad un unico prezzo, anche prodotti appartenenti all'altro settore purché il valore di mercato di questi ultimi non superi un quarto del valore di mercato dell'intera confezione.
7. Le merci possono essere rivendute sia nello stesso stato in cui sono state acquistate, sia dopo essere state sottoposte alle eventuali trasformazioni, trattamenti e condizionamenti che sono abitualmente praticati.
8. Costituisce ad ogni effetto apertura di nuovo esercizio commerciale disciplinata dall'art. 8 della Legge Regionale, l'inizio della vendita di prodotti compresi in un nuovo settore merceologico, tra quelli indicati all'art. 5 della Legge Regionale, non compresi nella precedente segnalazione o autorizzazione di apertura.

## **TITOLO IV – CONTROLLI E SANZIONI**

### **Art. 40 – Controlli**

1. Al fine di assicurare la regolare e puntuale applicazione delle disposizioni legislative di rango nazionale e regionale, nonché delle norme di cui al presente Regolamento, sono attribuite al "SERVIZIO COMUNALE DI POLIZIA AMMINISTRATIVA" le funzioni di controllo del corretto esercizio delle attività commerciali nel Comune di Altamura.
2. Sono attribuite al "SERVIZIO COMUNALE DI POLIZIA AMMINISTRATIVA" le funzioni di controllo degli esercenti il commercio su area pubblica. Le attività di controllo consistono:
  - rilevazione delle presenze;
  - assegnazione dei posti residui vacanti per assenza del titolare;
  - controllo delle autorizzazioni amministrative per l'esercizio delle attività;
  - verifica del rispetto della normativa sul peso netto, sull'esposizione dei prezzi, e sulle tipologie dei prodotti venduti;
  - controllo delle norme di carattere igienico-sanitario quali il possesso del libretto sanitario, la pulizia e l'uso degli indumenti prescritti e il rispetto delle norme sull'esposizione dei prodotti alimentari deteriorabili.

- 
3. Il servizio di Polizia Amministrativa, per l'accertamento delle sanzioni e la contestazione delle infrazioni, la notifica dei verbali, la procedura di pagamento e la riscossione coattiva, applica le norme di cui alla legge 24/11/81, n. 689 e successive variazioni ed integrazioni.
  4. Nei casi in cui occorre procedere alla revoca, alla sospensione o all'annullamento delle autorizzazioni rilasciate, il servizio di Polizia Amministrativa provvede ad informare il SUAP, che adotta gli atti consequenziali.

#### **Art. 41 – Sanzioni**

1. Nei casi di infrazione alle norme del presente regolamento, al di fuori dei casi non già sanzionati da leggi, è prevista per i trasgressori la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da Euro 258,00 a Euro 1.548,00 con facoltà di estinguere l'illecito effettuando il pagamento in misura ridotta di Euro 516,00.

### **TITOLO V – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI**

#### **Art. 42 - Trattamento dei dati personali**

1. Nell'adempimento delle competenze attribuite dal presente regolamento i competenti uffici dell'Amministrazione Comunale sono autorizzati al trattamento dei dati personali necessari ed indispensabili per l'esercizio delle funzioni previste e/o per il rilascio degli atti.
2. Il trattamento dei dati avverrà nel rispetto del Decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.
3. I dati saranno trattati, in via preferenziale, in forma elettronica.
4. E' consentita la trasmissione dei dati trattati mediante i sistemi informatici di comunicazione per lo scambio di informazioni fra uffici o per la comunicazione con soggetti esterni.

#### **Art. 43 - Abrogazioni ed efficacia**

1. Dalla data di entrata in vigore del presente regolamento sono abrogate tutte le norme incompatibili contenute in precedenti regolamenti comunali o altri atti comunque denominati aventi valore normativo, salvo le deroghe ed eccezioni espressamente previste.
2. Ogni modificazione o abrogazione delle disposizioni contenute nel presente regolamento può avvenire esclusivamente mediante abrogazione o modificazione espressa delle stesse, salvo quanto disposto da comma 2 dell'art. 1.
3. Per quanto non espressamente previsto si applicano le indicazioni e disposizioni nazionali e regionali in materia.
4. Il presente Regolamento entra in vigore alla data di esecutività della Deliberazione di approvazione del Consiglio Comunale.