



S.T.O.A.
STUDIO TECNICO OLIVIERO ANTONIO
Pianificazione Ambiente e Territorio

SIAD 2015  **COMUNE DI SAN MARZANO SUL SARNO (SA)**

Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo (SIAD)

Legge Regionale n. 1/2014 "Nuova disciplina in materia di distribuzione commerciale"

NORMATIVA TECNICA DI ATTUAZIONE

2018 - V2

REL.

2

Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo (SIAD)
Legge Regionale n. 01 del 2014

Normativa Tecnica di Attuazione

Gerometta Rolfe
ORDINE RAFFAELE GEROMETTA
ARCHITETTI
PIANIFICATORI
PAESAGGISTI
CONSERVATORI
della provincia di
TREVISO settore pianificazione territoriale
n°2320
sezione A
PIANIFICATORE TERRITORIALE





COMUNE DI SAN MARZANO SUL SARNO
Piazza Umberto, 1 – San Marzano sul Sarno (SA)
Tel. (+39) 081 5188111

Il Sindaco

Cosimo ANNUNZIATA

Il Segretario

Dott.ssa Paola PUCCI

L'Assessore allo Sviluppo del Territorio

Andrea OLIVA

Il Responsabile

Ufficio Gestione del Territorio

Architetto Giuseppe RICCO

GRUPPO DI LAVORO

Progettisti

Urbanista Raffaele GEROMETTA

Architetto Antonio OLIVIERO

Contributi Specialistici

Ingegnere Giacomo CARISTI

Ingegnere Elettra LOWENTHAL

Ingegnere Lino POLLASTRI



Sommario

TITOLO I – OGGETTO ED AMBITO DI APPLICAZIONE DEL SIAD	4
<i>ART.1. OGGETTO DELLO STRUMENTO D'INTERVENTO PER L'APPARATO DISTRIBUTIVO</i>	5
<i>ART.2. ELABORATI DELLO STRUMENTO D'INTERVENTO PER L'APPARATO DISTRIBUTIVO</i>	5
<i>ART.3. ENTRATA IN VIGORE</i>	6
TITOLO II – DISCIPLINA DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA	7
<i>ART.4. CLASSIFICAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI</i>	8
<i>ART.5. DEFINIZIONI</i>	9
<i>ART.6. LOCALIZZAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI</i>	10
<i>ART.7. NORME PARTICOLARI SULL'INSEDIAMENTO DELLE STRUTTURE COMMERCIALI</i>	11
<i>ART.8. NORME PARTICOLARI PER AREE ED EDIFICI SOTTOPOSTI A VINCOLI</i>	11
<i>ART.9. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER GLI ESERCIZI DI VICINATO (EV)</i>	11
<i>ART.10. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER GLI ESERCIZI MERCI INGOMBRANTI (EMI)</i> ...13	
<i>ART.11. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER I MERCATI SU AREA PRIVATA (MAP)</i>	13
<i>ART.12. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA (M/AM – ME)</i>	14
<i>ART.13. LOCALIZZAZIONE CARATTERISTICHE QUALITATIVE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA</i>	15
<i>ART.14. SPAZI DESTINATI A PARCHEGGIO PER LA CLIENTELA</i>	17
<i>ART.15. SPAZI DESTINATI ALL'USO PUBBLICO ED ALLA MOVIMENTAZIONE DELLE MERCI</i>	18
<i>ART.16. I CENTRI COMMERCIALI NATURALI (CCN)</i>	19
<i>ART.17. INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO</i>	19
<i>ART.18. ISTITUZIONE DEL PROTOCOLLO DI ARREDO URBANO</i>	20
<i>ART.19. ISTITUZIONE DEL PROTOCOLLO ESERCIZIO CAMPANO DI QUALITÀ</i>	21
TITOLO III – REGOLAMENTO PER IL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE	23
<i>ART.20. FINALITÀ DEL REGOLAMENTO PER IL COMMERCIO SULLE AREE PUBBLICHE</i>	24
<i>ART.21. DEFINIZIONI</i>	24
<i>ART.22. DEFINIZIONE DEI MERCATI</i>	25
<i>ART.23. NORME GENERALI</i>	26
<i>ART.24. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE PER IL COMMERCIO SU POSTEGGI</i>	27
<i>ART.25. DISCIPLINA DEL COMMERCIO SU POSTEGGI NEI MERCATI IN SEDE PROPRIA E NEI MERCATI SU STRADA</i>	27
<i>ART.26. SISTEMAZIONE DELLE ATTREZZATURE DI VENDITA NEI MERCATI</i>	28
<i>ART.27. CRITERI PER LA CONCESSIONE O REVOCA DEI POSTEGGI NELL'AMBITO DEI MERCATI</i>	29
<i>ART.28. MODALITÀ DI UTILIZZO DEI POSTEGGI E MODALITÀ DI VENDITA NEI MERCATI</i>	30
<i>ART.29. COMITATO CONSULTIVO DEL MERCATO</i>	31
<i>ART.30. DISCIPLINA DEL COMMERCIO ITINERANTE</i>	32
<i>ART.31. COMPITI DELLO SPORTELLO UNICO ATTIVITÀ PRODUTTIVE</i>	32
<i>ART.32. SANZIONI</i>	33



TITOLO I – OGGETTO ED AMBITO DI APPLICAZIONE DEL SIAD



ART.1. OGGETTO DELLO STRUMENTO D'INTERVENTO PER L'APPARATO DISTRIBUTIVO

1. Il presente Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo (SIAD) disciplina l'insediamento sul territorio del Comune di San Marzano sul Sarno di attività di commercio in sede fissa o itinerante, su aree sia private che pubbliche, secondo le finalità di modernizzare e razionalizzare il sistema commerciale, nel rispetto della programmazione urbanistica comunale, ed in attuazione di:
 - L. 248/2006 "Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale";
 - D.Lgs. 114/1998 "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'art. 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59";
 - D.Lgs. 59/2010 "Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno";
 - D.Lgs. 98/2011 "Disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria";
 - D.Lgs. 138/2011 "Ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e per lo sviluppo";
 - D.Lgs. 201/2011 "Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici";
 - D.Lgs. 1/2012 "Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività";
 - D.Lgs. 5/2012 "Disposizioni urgenti in materia di semplificazione e di sviluppo";
 - D.Lgs. 147/2012 "Disposizioni integrative e correttive del D.Lgs. 26 marzo 2010, n. 59, recante attuazione della direttiva 2006/123/CE, relativa ai servizi nel mercato interno";
 - L.R. 1/2014 "Nuova disciplina in materia di distribuzione commerciale".
2. L'introduzione di un regime amministrativo volto a sottoporre ad autorizzazione le medie strutture e grandi strutture di vendita, nonché gli esercizi per le merci ingombranti, il commercio in aree pubbliche e il mercato su aree private, è giustificato sulla base dell'esistenza di un interesse generale, costituzionalmente rilevante e compatibile con l'ordinamento comunitario, nel rispetto del principio di proporzionalità, concernendo lo stesso principio esclusivamente le materie di ambiente, di edilizia, di urbanistica, di tutela della sanità pubblica, di tutela della pubblica sicurezza, di tutela dei lavoratori e di tutela dell'incolumità delle persone.
3. Per tutto quanto non espressamente disciplinato dal presente provvedimento, in materia di distribuzione commerciale si fa riferimento alle suddette disposizioni, nonché alle norme igienico-sanitarie ed alle norme di sicurezza vigenti.

ART.2. ELABORATI DELLO STRUMENTO D'INTERVENTO PER L'APPARATO DISTRIBUTIVO

1. Lo Strumento d'intervento per l'Apparato Distributivo, ai sensi dell'art. 10 della L.R. 1/2014, è costituito dai seguenti elaborati:

Elaborati Descrittivi	
Rel. 1 "Relazione Generale"	
Rel. 2 "Normativa Tecnica di Attuazione"	
Rel. 3 "Regolamento per le attività commerciali"	
Rel. 4 "Stralcio delle NTA del PUC"	
Rel. 5 "Stralcio delle NTA dei Piani Urbanistici sovracomunali"	
Elaborati Grafici	
Tav. 1 "Aree a destinazione commerciale e funzioni urbane rilevanti"	scala 1:3.000
Tav. 2 "Localizzazione delle previsioni commerciali"	scala 1:3.000
Tav. 3 "PUC – Usi del territorio e modalità di intervento"	scala 1:3.000



ART.3. ENTRATA IN VIGORE

1. Il Consiglio Comunale, prima dell'approvazione del SIAD, acquisisce il parere obbligatorio e non vincolante delle associazioni dei consumatori e delle organizzazioni imprenditoriali del commercio maggiormente rappresentative sul territorio nazionale.
2. Lo Strumento d'Intervento Apparato Distributivo è sottoposto, dopo l'approvazione del Comune, al visto di conformità della competente Direzione generale dell'Area generale coordinamento Sviluppo Economico, Settore Regolazione dei Mercati della Giunta Regionale, rilasciato entro novanta giorni dalla data di ricezione. Decorso tale termine, in mancanza di pronuncia espressa, il visto si intende apposto favorevolmente per lo SIAD che non comporta variante urbanistica.
3. Lo SIAD in adeguamento è esecutivo dopo il rilascio del visto di conformità regionale e la pubblicazione del provvedimento nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania.
4. A decorrere dalla data di entrata in vigore del presente SIAD sono abrogati il previgente SIAD, le norme ed i Regolamenti Comunali incompatibili o in contrasto con le disposizioni della L. n. 248/06, del D.Lgs. 114/98 e della L.R. 1/2014. Sono fatte salve le autorizzazioni, le deliberazioni, le istanze, gli atti, nonché gli effetti conseguenti al previgente Strumento d'intervento per l'Apparato Distributivo.



TITOLO II – DISCIPLINA DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA



ART.4. CLASSIFICAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

1. Ai sensi del D.Lgs. 114/98 e della L.R. 1/2014, al fine di qualsivoglia valutazione connessa al rilascio delle relative autorizzazioni amministrative, gli esercizi commerciali sono classificati in:

TIPOLOGIA ESERCIZIO COMMERCIALE			LIMITI SUPERFICIE DI VENDITA
A	Esercizio di vicinato per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari	EV	Fino a 250 mq
B	Esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti, cioè le merci non alimentari di cui il venditore non può effettuare la consegna immediata (es. automobili, mobili, elettrodomestici, legnami e materiali per l'edilizia)	EMI	
C	Media struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari	MA/M	Compresa tra 251 e 2.500 mq
D	Media struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari	ME	Compresa tra 251 e 2.500 mq
E	Grande struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari (Ipermercato)	G1A/M	Fino a 5.000 mq
F	Grande struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari	G1E	Fino a 15.000 mq
G	Centro commerciale di quartiere o interquartiere, quale grande struttura di vendita costituita da almeno 6 esercizi commerciali in diretta comunicazione tra loro o posti all'interno di una struttura funzionale unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune	G2CQ	Fino a 5.000 mq
H	Centro commerciale inferiore, cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 8 esercizi commerciali con le caratteristiche previste dalla lettera g)	G2CI	Compresa tra 5.001 e 15.000 mq
I	Centro commerciale superiore, cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 12 esercizi commerciali, con le caratteristiche previste dalla lettera g)	G2CS	Maggiore di 15.000 mq
J	Centro commerciale costituito da aggregazioni commerciali polifunzionali, cioè grande struttura di vendita formata in maniera prevalente da aziende commerciali, artigianali e di servizi aventi sede nel territorio regionale, per promuovere la modernizzazione delle piccole e medie imprese regionali, nonché per salvaguardare i livelli occupazionali;	GACP	
K	Mercato su area privata costituito da aggregazione di posteggi in numero di almeno 20	MAP	Singola superficie non superiore ad 80 mq e totale non superiore a 10.000 mq

2. Non sono considerati centri o parchi commerciali e non formano una struttura funzionale unitaria l'insieme di singoli negozi allocati in edifici a prevalente destinazione abitativa o direzionale, anche se collegati funzionalmente da percorsi pedonali comuni o di esercizi commerciali insistenti in un immobile privo di destinazione specifica oppure in uno stesso immobile che utilizzano separatamente accessi, ingressi ed aree di parcheggio.



ART.5. DEFINIZIONI

1. Ai fini dell'applicazione del presente strumento si intendono:

- a) Commercio al dettaglio, l'attività svolta in forma temporanea o permanente, 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, come su aree pubbliche, con distributori automatici e al domicilio dei consumatori direttamente al consumatore finale;
- b) 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, per assumere tale attività la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;
- c) Commercio elettronico, le operazioni commerciali svolte on-line e disciplinate dal D.Lgs. 70/2003 (Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico);
- d) Commercio su aree private, il commercio al minuto effettuato su aree o in locali privati, a mezzo di attrezzature idonee all'attività;
- e) Commercio su aree pubbliche, il commercio al minuto effettuato su aree pubbliche, coperto o scoperte, strade, canali, piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico, di cui il Comune ha, in forma temporanea o permanente, la disponibilità;
- f) Mercato su area privata, l'area privata adibita all'esercizio dell'attività mercatale per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la vendita di prodotti tipici, la vendita di prodotti artigianali, la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, senza installazione di strutture fisse nei posteggi e senza edificazione di volumetrie edilizie nell'area occupata dall'attività mercatale. Per superficie di vendita del mercato su area privata si intende quella risultante dalla somma delle superfici dei singoli posteggi;
- g) Forme speciali di vendita al dettaglio, la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi o la vendita per mezzo di apparecchi automatici o la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione o la vendita presso il domicilio dei consumatori;
- h) Superficie di vendita di un esercizio commerciale, l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature, vetrine, cabine di prova e simili e le aree di esposizione della merce, se accessibili alla clientela. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, laboratori, locali tecnici, uffici, servizi, avancasse, le zone interdette ai clienti e, anche se accessibile alla clientela, l'area scoperta, se adiacente all'esercizio commerciale e di dimensioni non superiori al venti per cento della superficie di vendita;
- i) L'autorizzazione permanente è il titolo amministrativo che legittima lo svolgimento dell'attività commerciale senza scadenza temporale. Nelle grandi strutture della tipologia G1E, per la determinazione della superficie di vendita sono computati al cinquanta per cento gli spazi occupati da merce non amovibile nel limite massimo del cinquanta per cento della superficie destinata alla vendita;
- j) L'autorizzazione temporanea, è il titolo amministrativo che legittima lo svolgimento dell'attività commerciale per un determinato periodo temporale;
- k) Centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale almeno 6 esercizi commerciali sono inseriti in un complesso a destinazione specifica ed usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente e sono articolati lungo un percorso pedonale di accesso che



consente la diretta comunicazione tra i singoli esercizi. Per superficie di vendita di un centro commerciale s'intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti. E' vietata la denominazione di centro commerciale per tipologie di complessi commerciali che presentano differenti caratteristiche;

- l) Parco commerciale, l'aggregazione di medie o grandi strutture di vendita insistenti in immobili distinti e ricadenti nella medesima area territoriale e funzionale, che condividono la fruizione di un sistema di accessibilità comune, per cui, anche se contraddistinte da autonome autorizzazioni all'apertura, si configurano come un unico progetto commerciale;
- m) Outlet, l'esercizio commerciale destinato alla vendita di eccedenze di produzione, seconde scelte, merci rese al produttore, rimanenze di fine serie in capo al produttore o di fine stagione, merci a lenta rotazione, ordinativi annullati, apposite linee di produzione o prove di mercato. E' vietata la denominazione di outlet per tipologie di esercizi commerciali che vendono prodotti differenti da quelli sopra elencati;
- n) Factory outlet center, l'aggregazione di esercizi commerciali di tipologia di outlet;
- o) Temporary shop, esercizi temporanei in sede fissa, gli insediamenti dove si svolgono temporanei eventi di promozione o esposizione al pubblico di prodotti alimentari e non alimentari. Negli esercizi di vicinato temporanei in sede fissa, temporary shop, può essere esercitata la vendita al pubblico per un periodo che non può superare i quarantacinque giorni in occasioni di fiere, feste, manifestazioni, mercati, convegni, o comunque riunioni straordinarie di persone per il periodo coincidente con l'evento, previo il possesso dei requisiti morali previsti dall'articolo 71 del D.Lgs. 59/2010, e l'iscrizione, in caso di vendita oltre i trenta giorni, al registro delle imprese presso la Camera di commercio, industria ed artigianato ed essere titolari di un'attività di vendita non temporanea, a garanzia del consumatore;
- p) Motivi imperativi di interesse generale, le ragioni di pubblico interesse, quali la tutela dei consumatori e dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano, dell'ordine pubblico, della sicurezza pubblica, dell'incolumità pubblica, della sanità pubblica, della sicurezza stradale, dei lavoratori, compresa la protezione sociale degli stessi, dei destinatari di servizi, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela della salute degli animali, della proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico ed artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale;
- q) Settori merceologici, il settore alimentare ed il settore non alimentare nei quali si articola l'attività commerciale.

ART.6. LOCALIZZAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

1. Compatibilmente con lo strumento urbanistico comunale vigente, lo SIAD suddivide il territorio comunale in quattro zone omogenee in cui è consentita la localizzazione delle strutture commerciali secondo la seguente Tabella:

TABELLA 1: ZONIZZAZIONE COMMERCIALE E ATTIVITÀ AMMISSIBILI

ZONA	EV	EMI	M		G1		G2			GACP	MAP
			AM	E	AM	E	CQ	CI	CS		
COM1	X										
COM2	X										X
COM3	X	X	X	X							X
COM4	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	



2. Ogni operazione di insediamento di attività commerciali deve avvenire nel rispetto delle norme edilizie ed urbanistiche del vigente strumento urbanistico comunale e del Regolamento Urbanistico Edilizio Comunale vigente, secondo gli indici di edificabilità ivi previsti, nei limiti di altezza e distanza tra fabbricati consentiti, nei limiti di densità edilizia ammessi, nell'osservanza dei rapporti massimi tra insediamenti residenziali ed altre destinazioni, nonché nel rispetto delle norme e delle prescrizioni in materia di tutela paesaggistica, sismica, idrogeologica, ambientale, naturalistica e del patrimonio storico, artistico e archeologico. Sono comunque fatte salve le specifiche disposizioni derivanti da strumenti di pianificazione attuativa o di programmi già approvati.
3. Nelle zone per le quali è stata stabilita l'inammissibilità di una determinata classe dimensionale di attività commerciali, non sono autorizzabili né l'apertura né il trasferimento di detti esercizi di vendita, così come, in dette zone, non è autorizzabile l'ampliamento di un negozio esistente, di altra tipologia dimensionale, che trasformi il negozio in un esercizio commerciale di classe comunque superiore.

ART.7. NORME PARTICOLARI SULL'INSEDIAMENTO DELLE STRUTTURE COMMERCIALI

1. Ai fini della realizzazione degli immobili commerciali, le attività edilizie di attuazione delle previsioni dello strumento urbanistico comunale vigente si effettuano per il tramite dei titoli autorizzativi, così come prescritti dalle Norme Tecniche di Attuazione del predetto strumento urbanistico.
2. Negli edifici ricadenti nelle Zone Territoriali Omogenee "E" ai sensi del D.M. 1444/1968, legittimamente già esistenti alla data di approvazione del presente SIAD, con destinazione d'uso già commerciale, è possibile insediare esercizi di vicinato.
3. In ogni caso, in tutto il territorio comunale, laddove compatibile con le destinazioni urbanistiche indicate dallo strumento urbanistico comunale vigente, è possibile insediare esercizi di vicinato, negli edifici legittimamente assentiti.

ART.8. NORME PARTICOLARI PER AREE ED EDIFICI SOTTOPOSTI A VINCOLI

1. In tutti gli edifici sottoposti a vincolo, situati nel territorio del Comune di San Marzano sul Sarno, l'attività di commercio al dettaglio è consentita esclusivamente nei locali aventi conforme destinazione d'uso, nel rispetto delle vigenti norme di tutela.

ART.9. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER GLI ESERCIZI DI VICINATO (EV)

1. Gli esercizi di vicinato possono essere insediati nelle Zone indicate nella Tabella 1: Zonizzazione commerciale e attività ammissibili, secondo i limiti dimensionali di cui all'art. 4 del presente SIAD.
2. Nelle Zone Territoriali Omogenee "F" ai sensi del D.M. 1444/1968 sono presenti tutti gli standard urbanistici esistenti o di progetto previsti nello strumento urbanistico comunale vigente; queste zone non necessitano di esercizi commerciali se non a supporto dello standard esistente o di progetto. In tali casi specifici, sono realizzabili solo esercizi di vicinato che non alterino la natura dello standard, aventi funzione integrativa e complementare allo standard e dovranno essere realizzati in diretta contiguità fisica e funzionale con essi; in particolare è ammissibile la realizzazione di un esercizio di vicinato che abbia una superficie di vendita inferiore al 25% della superficie dello standard urbanistico, e che comunque abbia una superficie di vendita inferiore a 250 mq.
3. Gli esercizi di vicinato sono ammessi negli immobili oggetto di relativa sanatoria antecedente all'approvazione del presente Strumento.
4. Le norme in materia di esercizio di vicinato non si applicano, perché disciplinate da norme specifiche, e non possono essere oggetto di cessione separatamente dall'attività principale alla quale inerisce, ai seguenti settori:



- Ai farmacisti ed ai direttori di farmacie delle quali il comune assume l'impianto e l'esercizio ai sensi della L. 475/1968, nonché della L. 362/1991;
 - Ai titolari di rivendite di generi di monopolio, qualora vendano esclusivamente generi di monopolio;
 - Alle associazioni dei produttori ortofrutticoli costituite ai sensi della L. 622/1967;
 - Ai produttori agricoli, singoli o associati, i quali esercitano attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'art. 2135 del c.c., alla L.125/1959 ed alla L. 59/1963;
 - Alla vendita di carburanti nonché di oli minerali;
 - Agli artigiani iscritti all'albo previsto dall'art. 5 comma 1 della L. 443/1985, per la vendita nei locali di produzione o a questi adiacenti dei beni di produzione propria;
 - Ai pescatori ed alle cooperative di pescatori, nonché ai cacciatori singoli o associati;
 - A chi venda o esponga per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quella dell'ingegno a carattere creativo;
 - Alla vendita dei beni del fallimento;
 - All'attività di vendita effettuata durante lo svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti dei visitatori;
 - Agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo stato o enti territoriali che vendano pubblicazioni o altro materiale informativo.
5. Le erboristerie sono da considerarsi esercizi di carattere misto: alimentare/non alimentare. Qualora detti esercizi si limitino alla vendita di soli prodotti non commestibili (creme, saponi, olii, etc.) si considerano esercizi non alimentari. Quando i prodotti in essi venduti comprendono anche alimenti esclusivamente preconfezionati (marmellate, caramelle, erbe per tisane, etc.) tali esercizi si considerano appartenenti al settore merceologico alimentare e, in quanto tali, assoggettati alle norme di cui al D.Lgs. 114/98 per tale settore, in particolare all'obbligo della sussistenza, da parte degli operatori, dei requisiti di accesso alla vendita di prodotti del settore alimentare. La vendita al dettaglio di prodotti di erboristeria è soggetta anche alla L. 99/1931, artt. 6, 7, 8 e 9, che subordina la manipolazione, preparazione e miscelazione dei prodotti al possesso del diploma di laurea in erboristeria o titolo equipollente (farmacia). Gli esercenti non in possesso del titolo di cui sopra, sono autorizzati alla vendita dei soli prodotti erboristici preconfezionati all'origine e come sopra disciplinati.
6. Il commercio al dettaglio di oggetti preziosi è subordinato anche al possesso della licenza prevista dall'art. 127 del R.D. n.773/1931.
7. Ai sensi dell'art. 66 del D.Lgs.59/2010 per effettuare la vendita di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi, di cui all'articolo 16 del D.Lgs. 114/1998, è soggetta a Segnalazione Certificata di Inizio Attività da presentare allo Sportello Unico per le Attività Produttive del comune competente per territorio, ai sensi dell'articolo 19 della L. 241/1990, e deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico, che non abbiano accesso dalla pubblica via.
8. Ai sensi dell'art. 67 del D.Lgs. 59/2010, per effettuare la vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici di cui all'articolo 17 del D.Lgs. 114/1998, è soggetta a Segnalazione Certificata di Inizio Attività da presentare allo Sportello Unico per le Attività Produttive del Comune competente per territorio, ai sensi dell'articolo 19 della L. 241/1990.



9. Ai sensi dell'art. 68 del D.Lgs. 59/2010, la vendita al dettaglio per corrispondenza, o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione, di cui all'articolo 18 del D.Lgs. 114/1998, è soggetta a Segnalazione Certificata di Inizio Attività da presentare allo Sportello Unico per le Attività Produttive del comune nel quale l'esercente, persona fisica o giuridica, intende avviare l'attività, ai sensi dell'articolo 19 della L. 241/1990.
10. L'insediamento degli esercizi di vicinato è ammesso in tutte le zone territoriali omogenee comunali, ad eccezione di quelle per le quali lo strumento urbanistico generale espressamente ne vieta la realizzazione. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie, sino al limite dimensionale degli esercizi di vicinato e l'aggiunta di un settore merceologico di un esercizio di vicinato sono soggetti a comunicazione preventiva (SCIA) da presentare allo SUAP, effettuata utilizzando l'apposita modulistica.
11. Per l'esercizio dell'attività di commercio, il soggetto interessato deve essere in possesso dei requisiti di onorabilità previsti dall'articolo 71, commi da 1 a 5, del D.Lgs. 59/2010.
12. Ai fini dell'esercizio dell'attività di commercio di prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare, il soggetto interessato deve comprovare il possesso di almeno uno dei requisiti professionali previsti dall'articolo 71, commi 6 e 6-bis del D.Lgs. 59/2010.
13. La Segnalazione Certificata di Inizio Attività sostituisce le autorizzazioni, le concessioni, i permessi o i nulla osta comunque denominati e le domande per le iscrizioni in albi o ruoli richieste per l'esercizio di attività imprenditoriali commerciali o artigianali. Nell'ambito di applicazione della SCIA, non rientrano i casi in cui vi sono dei vincoli di natura paesaggistici-ambientali, oppure gli atti rilasciati dalle amministrazioni preposte alla difesa nazionale, alla pubblica sicurezza, all'immigrazione, all'esilio e all'amministrazione delle finanze. Non rientrano, ancora, gli atti previsti dalla normativa comunitaria e le attività economiche a prevalente carattere finanziario.

ART.10. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER GLI ESERCIZI MERCI INGOMBRANTI (EMI)

1. Gli Esercizi Merci Ingombranti (EMI) possono essere insediati nelle Zone indicate nella Tabella 1: Zonizzazione commerciale e attività ammissibili.
2. Per le zone dichiarate espressamente compatibili con l'insediamento degli EMI la superficie di vendita è limitata a 500 mq, con la facoltà di attribuire una superficie aggiuntiva pari a 2.000 mq a magazzino, deposito o superficie espositiva, purché tale superficie aggiuntiva sia connessa esclusivamente alla vendita delle merci.
3. Gli EMI, sono autorizzati dallo SUAP di competenza, previa domanda di apertura, con le medesime modalità delle medie strutture di vendita, con l'unica differenza che gli standard qualitativi, urbanistici e commerciali sono calcolati con riferimento alla superficie lorda della struttura distributiva, nel rispetto delle previsioni dello SIAD, indicando la limitazione alla vendita dei prodotti ingombranti del settore non alimentare e degli articoli di complemento, nonché l'ampiezza delle superfici espositive e dei depositi.
4. Le richieste di aggiunta del settore merceologico o dell'ampliamento della superficie di un EMI, oltre i limiti stabiliti dai Comuni, sono considerate nuove aperture e trattate, in funzione delle dimensioni, come apertura di una media o di una grande struttura di vendita.

ART.11. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER I MERCATI SU AREA PRIVATA (MAP)

1. I Mercati su Area Privata possono essere insediati nelle Zone indicate nella Tabella 1: Zonizzazione commerciale e attività ammissibili, secondo i limiti dimensionali di cui all'art. 4 del presente SIAD.
2. I Mercati su Area Privata, sono autorizzati dallo SUAP di competenza, previa domanda di apertura. La realizzazione e trasformazione dell'area interessata, sino al limite dimensionale individuato dalla L.R.1/2014, sono soggetti a comunicazione preventiva (SCIA) da presentare allo SUAP, effettuata utilizzando l'apposita modulistica.



3. Per l'esercizio dell'attività di commercio, il soggetto interessato deve essere in possesso dei requisiti di onorabilità previsti dall'articolo 71, commi da 1 a 5, del D.Lgs. 59/2010.
4. Le SCIA delle singole attività che compongono un Mercato su Area Privata discendono da un unico provvedimento generale, rilasciato anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo. Le modifiche di ripartizione della superficie di vendita all'interno del mercato in area privata, nonché gli eventuali spostamenti di posteggio delle singole attività sono soggette alla comunicazione allo SUAP, se resta invariata la superficie di vendita complessiva del mercato.
5. E' vietato il trasferimento di sede di un'attività al di fuori del Mercato in Area Privata di appartenenza.

ART.12. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA (M/AM – ME)

1. Le medie strutture di vendita possono essere insediati nelle Zone indicate nella Tabella 1: Zonizzazione commerciale e attività ammissibili, secondo i limiti dimensionali di cui all'art. 4 del presente SIAD.
2. Nelle ZTO "E" ed "F" non sono autorizzabili l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento dimensionale delle medie strutture, così come, in dette zone, non è autorizzabile l'ampliamento di un esercizio di vendita esistente, di altra tipologia dimensionale, che lo trasformi in una struttura di tipo M-AM o M-E;
3. Il Comune, ai sensi della legge 241/1990 e ai sensi dell'art.17 comma 2 della L.R. 1/2014, con il presente SIAD adotta le norme sul procedimento concernente le domande relative alle medie strutture di vendita, stabilendo il termine non superiore ai sessanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande sono accolte se non è comunicato il provvedimento di diniego; il termine è essere incrementato fino a settantacinque giorni se è richiesto anche il permesso di costruire.
4. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di una media struttura di vendita fino ai limiti previsti all'articolo 4, comma 1, lettere c) e d) della L.R. 1/2014, sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dallo SUAP comunale, in relazione agli indirizzi e alle norme del presente SIAD. Nella domanda, effettuata mediante l'apposita modulistica e corredata della documentazione prevista dall'allegato B della L.R. 1/2014, l'interessato dichiara:
 - a) Di possedere i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale previsti all'articolo 7 della L.R. 1/2014 e dell'art. 71 del D.Lgs. 59/2010;
 - b) Di aver rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso comunali vigenti;
 - c) Il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.
5. Le autorizzazioni all'apertura o all'ampliamento di una media struttura di vendita sono concesse, nel rispetto delle norme urbanistiche vigenti, se concorrono le seguenti condizioni:
 - a) Accorpamenti o concentrazioni di più esercizi commerciali esistenti ed attivi in forma continuativa da almeno un triennio;
 - b) Ciascun esercizio commerciale accorpato o concentrato è conteggiato per il valore di superficie di 250 mq, oppure per la superficie effettiva, se maggiore;
 - c) La somma delle superfici cessate è pari ad almeno il settanta per cento della superficie di vendita della nuova struttura o della superficie di ampliamento;
 - d) È garantita l'assunzione di nuovo personale;
 - e) È assunto l'impegno al reimpiego di personale già operante negli esercizi commerciali da accorpare o concentrare.
6. Fatta salva la compatibilità delle specifiche norme urbanistiche vigenti, è sempre dovuto l'ampliamento delle medie strutture esistenti ed attive in forma continuativa da almeno un triennio, fino al limite massimo delle superfici rispettivamente previste all'articolo 4, comma 1, lettere c) e d) della L.R. 1/2014.



7. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento dimensionale di una media struttura di vendita e l'aggiunta di un settore merceologico precedentemente non autorizzato, senza ampliamento della superficie di vendita di una media struttura attiva da almeno un anno, sono effettuati mediante la SCIA, anche in mancanza dello SIAD.
8. Le medie strutture di vendita garantiscono il pagamento con bancomat o con moneta elettronica a mezzo di POS.

ART.13. LOCALIZZAZIONE CARATTERISTICHE QUALITATIVE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

1. Le Grandi Strutture di vendita possono essere insediate nelle Zone indicate nella Tabella 1: Zonizzazione commerciale e attività ammissibili, secondo i limiti dimensionali di cui all'art. 4 del presente SIAD. In tutte le altre ZTO non sono autorizzabili l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento dimensionale delle grandi strutture di vendita, così come, in dette zone, non è autorizzabile l'ampliamento di un esercizio di vendita esistente, di altra tipologia dimensionale, che lo trasformi in una Grande Struttura di vendita.
2. Le Grandi Strutture di vendita al dettaglio debbono garantire al pubblico i servizi minimi di seguito indicati per ciascuna tipologia di struttura i cui relativi permessi possono essere anche rilasciati in deroga ad eventuali parametri programmatori comunali e regionali:

TABELLA 2: CARATTERISTICHE QUALITATIVE DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

TIPOLOGIA DELLA GRANDE STRUTTURA DI VENDITA	CARATTERISTICHE QUALITATIVE
G1 A/M G1 E G2 CQ	<ul style="list-style-type: none">• Almeno un pubblico esercizio di somministrazione di bevande• Almeno un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti• Almeno un servizio igienico ad uso della clientela per ogni 1000 mq di superficie di vendita o frazione di essa superiore a 500 mq
G2 CI	<ul style="list-style-type: none">• Almeno un pubblico esercizio di somministrazione di bevande• Almeno un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti• Almeno un servizio igienico ad uso della clientela per ogni 1000 mq di superficie di vendita o frazione di essa superiore a 500 mq• Almeno due esercizi igienici a disposizione dei portatori di handicap• Servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica a mezzo POS• Rete wireless per l'accesso gratuito ad internet da parte della clientela
G2 CS G ACP	<ul style="list-style-type: none">• Spazio organizzato per l'intrattenimento dei bambini sotto sorveglianza• Almeno un pubblico esercizio di somministrazione di bevande• Almeno un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti• Almeno un servizio igienico ad uso della clientela per ogni 1000 mq di superficie di vendita o frazione di essa superiore a 500 mq• Servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica a mezzo POS• Almeno 4 attività artigianali• Agenzia di viaggi e turismo• Rete wireless per l'accesso gratuito ad internet da parte della clientela

3. Il rilascio dell'autorizzazione per una Grande Struttura di vendita è subordinato all'osservanza:
 - a) Delle disposizioni in materia urbanistica fissate dal presente SIAD;
 - b) Dei requisiti comunali e regionali di compatibilità territoriale dell'insediamento;



- c) Della superficie di vendita massima autorizzabile;
 - d) Della necessaria disponibilità di superficie per parcheggi;
 - e) Della previsione delle caratteristiche qualitative minime stabilite per la specifica tipologia di grande struttura di vendita;
 - f) Del positivo riscontro dei parametri di valutazione per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita di cui all'Allegato C della L.R. 1/2014;
 - g) Della funzione di vetrina delle produzioni tipiche locali come artigianato, industria manifatturiera, prodotti agroalimentari;
 - h) In caso di imprese o gruppo di imprese, già presenti e non nel territorio regionale, che hanno dipendenti collocati in ammortizzatori sociali, l'autorizzazione può essere rilasciata anche a seguito di assunzione di impegno formale alla ripresa occupazionale dei suddetti lavoratori.
4. Sono valutate come nuove aperture di grandi strutture di vendita, da esaminare in Conferenza dei Servizi:
- a) L'ampliamento dimensionale di un'esistente media struttura di vendita oltre i valori massimi di superficie previsti per le medie strutture;
 - b) La trasformazione di un esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti in una grande struttura di vendita;
 - c) La trasformazione di una grande struttura di vendita di tipologia G1 in una grande struttura di vendita di tipologia G2;
 - d) L'ampliamento dimensionale di una grande struttura di vendita di oltre il venti per cento della superficie di vendita precedentemente autorizzata;
 - e) L'aggiunta merceologica di un settore merceologico precedentemente non autorizzato, salvi i casi in cui la superficie di vendita del settore merceologico in aggiunta non è superiore al venti per cento del totale della superficie di vendita;
 - f) L'accorpamento di due o più esercizi commerciali che comporta la realizzazione di una struttura con superficie di vendita maggiore del valore massimo previsto per le medie strutture di vendita;
 - g) La rilocalizzazione in un Comune diverso da quello in cui era autorizzata la struttura.
5. Le domande di autorizzazione per le Grandi Strutture di vendita che non ricadono nell'elenco di cui al comma 4 sono esaminate esclusivamente dallo SUAP competente per territorio, nel rispetto dello SIAD e delle prescrizioni previste dalla L.R.1/2014.
6. La rilocalizzazione di una Grande Struttura di vendita è ammessa nell'intero territorio regionale in conformità con le scelte di localizzazione per le grandi strutture previste nello SIAD del Comune di insediamento ed è subordinata all'autorizzazione comunale, previa valutazione da parte della competente Conferenza dei Servizi esclusivamente dell'impatto sull'ambiente e sul traffico nel territorio in cui si rilocalizza, nel rispetto delle normative edilizie vigenti.
7. L'autorizzazione all'ampliamento di una Grande Struttura di vendita è sempre concessa, nel rispetto delle scelte di localizzazione dello SIAD, ed è effettuata a mezzo della SCIA, se concorrono le seguenti condizioni:
- a) Accorpamenti o concentrazioni di più esercizi commerciali esistenti ed attivi in forma continuativa da almeno un triennio;
 - b) Ciascun esercizio commerciale accorpato o concentrato è conteggiato per il valore di superficie di 250 mq, oppure per la superficie effettiva, se maggiore;
 - c) La somma delle superfici cessate è pari ad almeno il settanta per cento della superficie di vendita della nuova struttura o della superficie di ampliamento;
 - d) È garantita l'assunzione di nuovo personale o il recupero di personale proveniente dal bacino dei lavoratori del settore commerciale collocato in ammortizzatore sociale o espulso dal ciclo lavorativo,



- anche attraverso un'apposita banca dati, da costituire utilizzando strumenti regionali, nonché con la collaborazione degli enti bilaterali di settore costituiti dalle associazioni datoriali e dalle organizzazioni sindacali di categoria maggiormente rappresentative;
- e) È assunto l'impegno al reimpiego di personale già operante negli esercizi commerciali da accorpare o da concentrare.
8. Sono da considerarsi fattori di eventuale premialità al rilascio delle autorizzazioni di cui al comma 4:
- a) L'impegno da parte del titolare delle grandi strutture di vendita, al commercio di prodotti alimentari di origine regionale provenienti da agricoltura biologica certificata, in ragione di almeno il cinque per cento del totale dei prodotti alimentari venduti;
 - b) L'impegno da parte del titolare delle grandi strutture extralimentari, al commercio di prodotti extralimentari provenienti dal sistema produttivo della Regione Campania, in ragione di almeno il cinque per cento degli articoli extralimentari venduti;
 - c) L'impegno, in caso di vendita di giornali quotidiani, riviste, periodici e libri, di attrezzare spazi o locali idonei alla piena fruibilità per i clienti consumatori sotto il profilo funzionale e igienico- sanitario.
9. Gli outlet ed i factory outlet center sono autorizzati secondo le modalità dei centri commerciali di dimensione corrispondente
10. Dovrà essere rispettata ogni altra condizione e prescrizione stabilita dalla L.R. 1/2014.

ART.14. SPAZI DESTINATI A PARCHEGGIO PER LA CLIENTELA

1. L'adeguamento ai parametri di parcheggio pertinenziale, secondo quanto previsto dalla L.R. 1/2014, e dal presente Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo, è condizione essenziale per il rilascio di autorizzazione per l'apertura, per l'ampliamento della superficie di vendita di un esercizio commerciale o per l'aggiunta del settore merceologico.
2. Per quanto riguarda gli ampliamenti della superficie di vendita, il parametro di cui sopra si applica per l'intero esercizio, e il computo va effettuato, pertanto, sulla base della superficie globale, comprensiva dell'area di ampliamento; l'adeguamento al parametro dello standard di parcheggio non è obbligatorio per i soli esercizi di vicinato.
3. Nel caso di realizzazione di parcheggi pertinenziali di attività commerciali le aree destinate alla sosta della clientela devono essere realizzate secondo i criteri di seguito specificati:
 - a) Diretta contiguità fisica e funzionale con le relative strutture commerciali; in caso di impossibilità, la distanza tra l'area di parcheggio e la struttura commerciale, misurata dai punti più vicini, non deve superare i trecento metri;
 - b) Rimozione delle barriere architettoniche per gli utenti fisicamente impediti;
 - c) Chiara segnalazione del percorso di accesso al parcheggio e di immissione nella viabilità;
 - d) Separazione tra l'entrata e l'uscita del parcheggio, anche mediante barriere fisse e mobili;
 - e) Raccordo fra parcheggio e viabilità principale costituito, preferibilmente, da almeno due varchi a senso unico, opportunamente distanziati e separati;
 - f) Installazione di una o più isole per i rifiuti delle specie per le quali viene effettuata, da parte del Comune o di altri enti, la raccolta differenziata dei rifiuti;
 - g) Attenuazione dell'inquinamento visivo delle aree di sosta di veicoli che, se eccedono la superficie di mq cinquemila, devono essere intervallate da fasce alberate, costituite da specie climatiche mediterranee, per una superficie non inferiore al cinque per cento dell'area di sosta della clientela;
 - h) Apertura delle aree destinate al parcheggio per l'intera fascia oraria di attività dell'esercizio commerciale cui sono legati da vincolo pertinenziale;



- i) Possibilità di uso del parcheggio da parte del Comune, nei periodi di chiusura dei relativi esercizi commerciali, per spettacoli, manifestazioni, fiere ed eventualmente per esperienze di commercio su aree pubbliche.
4. Ai sensi della L. R. n.1/2014 la superficie minima e necessaria destinata a parcheggio per la clientela è pari al prodotto della superficie di vendita per il coefficiente relativo alla tipologia dell'esercizio commerciale, così come nella seguente Tabella:

TABELLA 3: SUPERFICIE MINIMA NECESSARIA DA DESTINARE A PARCHEGGIO

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO COMMERCIALE	COEFFICIENTE
MA/M	1,5
ME	1,0
G1 A/M	2,5
G 1E	2,0
G2 CQ	2,0
G2 CI	2,5
G2 CS	3,0
G.ACP	2,0
EMI	1,5
MAP	1,0

5. Le aree di parcheggio sono computate come insieme dei posti auto e della viabilità di servizio, ad esclusione delle strutture viarie di raccordo con la viabilità di comunicazione. La dotazione di aree di parcheggio di cui ai parametri di parcheggio della precedente Tabella, soddisfa anche gli standard richiesti da altre norme urbanistiche.

ART.15. SPAZI DESTINATI ALL'USO PUBBLICO ED ALLA MOVIMENTAZIONE DELLE MERCI

1. Il rispetto dei parametri degli spazi destinati all'uso pubblico ed alla movimentazione delle merci è condizione essenziale per il rilascio di autorizzazione per l'apertura o per l'ampliamento della superficie di vendita.
2. Nel caso di aggiunta di settore merceologico alimentare, la superficie di detti spazi è quella risultante dal prodotto del parametro relativo al settore alimentare di cui alla successiva tabella, ai sensi della L.R. 1/2014, per la superficie di vendita dell'esercizio commerciale.
3. Per quanto riguarda gli ampliamenti della superficie di vendita di una struttura preesistente, i parametri di cui sopra si applicano per l'intero esercizio, e il computo va effettuato, pertanto, sulla base della superficie globale, comprensiva dell'area di ampliamento; l'adeguamento ai parametri in oggetto non è obbligatorio per i soli esercizi di vicinato.
4. Gli spazi per uso pubblico devono essere costituiti per, almeno metà della superficie, da aree sistemate a verde con essenze arboree o prato ad andamento non pianeggiante. E' necessaria, altresì, un'adeguata presenza di panchine e di spazi per la sosta dei pedoni e di attrezzature per il gioco dei bambini.
5. In funzione della differente tipologia degli esercizi commerciali, le superfici minime e necessarie destinate all'uso pubblico e alla movimentazione delle merci sono pari al prodotto della superficie di vendita per i relativi coefficienti di seguito riportati nella seguente tabella:



TABELLA 4: SUPERFICIE MINIMA NECESSARIA DA DESTINARE ALL'USO PUBBLICO E ALLA MOVIMENTAZIONE DELLE MERCI

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO COMMERCIALE	AREE AD USO PUBBLICO -COEFFICIENTE -	AREE PER MOVIMENTAZIONE MERCI -COEFFICIENTE -
MA/M - ME	0,03	0,03
GSV	0,05	0,05
EMI	0,03	0,05

ART.16. I CENTRI COMMERCIALI NATURALI (CCN)

1. Si definisce "Centro Commerciale Naturale", ai sensi della DGR 160/2013, l'aggregazione tra imprese commerciali artigianali e di servizio insistenti in una determinata area urbana per valorizzare il territorio e rendere più competitivo il sistema commerciale, di esercizi di vicinato, di medie strutture di vendita, di pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, di imprese artigiane, turistiche e di servizi, sviluppatesi spontaneamente in aree urbane.
2. Per area urbana s'intende il centro storico, l'area di quartiere, anche periferica, le frazioni e le località, connotate dalle caratteristiche identitarie sociali, culturali e territoriali locali e, comunque, caratterizzate dall'integrazione consolidata tra funzione residenziale e la diffusione delle imprese commerciali, artigianali, di somministrazione di alimenti e bevande, servizi e turistiche che offrono prevalentemente un servizio di prossimità.
3. Sono configurabili le seguenti tipologie di CCN:
 - a) Tematico: costituito da imprese che propongono un'offerta merceologica prevalentemente dello stesso genere o di generi complementari e assimilabili, in misura di nr. 25 unità;
 - b) Territoriale: costituito da imprese che propongono un'ampia offerta merceologica ubicate nell'area indicata, in misura di nr. 40 unità. Sono esclusi dal campo di applicazione delle presenti disposizioni attuative le sovrapposizioni territoriali tra diversi CCN insistenti in una medesima area dello stesso Comune.
4. L'Amministrazione comunale, d'intesa con le categorie commerciali, favorisce la costituzione di CCN; la costituzione ed il mantenimento dei CCN sono regolati da un'apposita convenzione da stipularsi tra il Comune e il soggetto giuridico rappresentante gli operatori commerciali. Oggetto della suddetta convenzione sarà:
 - a) La disciplina delle nuove aperture, l'eventuale concessione d'aree per parcheggi, servizi e attrezzature a servizio del CCN;
 - b) La redazione ed attuazione di "progetti di strada" per la definizione di un'immagine unitaria delle vetrine degli esercizi e dell'arredo urbano;
 - c) L'attuazione d'iniziative d'interesse generale tese al conseguimento di una migliore funzionalità delle aree commerciali stesse con particolare riguardo al funzionamento del servizio di nettezza urbana, delle misure di sicurezza, all'individuazione delle aree e degli orari di carico e scarico, alla regolamentazione della sosta autoveicoli, alla regolamentazione delle forme pubblicitarie.

ART.17. INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO

1. Il Centro Storico preso in esame dal presente Strumento è rappresentato dalle ZTO definite "A" dallo strumento urbanistico comunale vigente. Gli interventi edilizi nel centro storico relativi ad esercizi commerciali sono comunque subordinati al rispetto delle norme edilizie ed urbanistiche del vigente strumento urbanistico comunale e del Regolamento Urbanistico Edilizio Comunale vigente, poste in attuazione degli obiettivi di tutela e valorizzazione perseguiti dallo strumento urbanistico generale.



2. Ai fini della valorizzazione e della salvaguardia delle attività e della vivibilità del centro storico con il presente strumento si stabilisce di:
 - a) Vietare l'insediamento di attività che implicino, per il loro svolgimento, creazione di eccessivo rumore e/o emanazione di fumi e odori sgradevoli, a meno che non si doti l'esercizio di opportuni sistemi di isolamento acustico e smaltimento dei fumi;
 - b) Autorizzare, per gli imperativi interesse generale di incrementare i livelli occupazionali e nel rilancio economico del centro storico, l'insediamento di nuovi esercizi di vicinato, con superficie di vendita massima di 250 mq;
 - c) Esonerare gli esercizi dall'obbligo della chiusura domenicale, festiva ed infrasettimanale;
 - d) Favorire la concentrazione degli esercizi di vicinato e di attività artigianali, di produzione e di servizio, riflettenti le tradizioni e la cultura locale;
 - e) Permettere di mantenere aperti gli esercizi sino alle ore 24,00 nel periodo intercorrente tra il 15 giugno e il 15 settembre, a condizione che l'orario globale giornaliero di apertura non sia comunque superiore a tredici ore;
 - f) Concedere di diritto:
 - Il cambiamento di destinazione d'uso di immobili esistenti, al fine di rendere possibile l'apertura o l'ampliamento di esercizi commerciali, purché non si alteri la sagoma e le volumetrie originarie;
 - Il recupero dei locali situati sotto il piano stradale, laddove compatibile con le norme tecniche di attuazione del vigente strumento urbanistico comunale, destinandoli ad area deposito delle attigue attività commerciali;
 - I locali ubicati al piano terra, con accesso diretto dalla strada, in edifici ubicati nelle strade delle zone commerciali che includono il Centro Storico, con esclusione degli androni e dei vani scala di accesso alle residenze, sono sempre destinabili ad attività commerciali, fermo restando i requisiti igienico sanitari e di sicurezza;
 - La deroga, per i fabbricati esistenti, dalle norme relative alle altezze interne dei locali da destinare al commercio al dettaglio, purché dette altezze siano, comunque, pari ad almeno 2,70 metri;
 - g) Creare un'isola pedonale nelle giornate domenicali e festive, con cadenza quindicinale e/o mensile, per l'effettuazione di mostre di prodotti locali, antiquariato, libri, stampe, ecc.;
 - h) Concedere una riduzione del 20% sia degli oneri di urbanizzazione sia del contributo del costo di costruzione per gli interventi di recupero edilizio finalizzati al miglioramento e all'inserimento di attività commerciali nelle aree del centro storico.
3. Nel caso di edifici abbandonati, degradati, sottoutilizzati o da riqualificare, al fine della previsione di specifici interventi volti al riutilizzo a scopi commerciali e al loro recupero alle funzioni urbane, è consentita la completa destinazione commerciale degli immobili, fermo restando la limitazione sulle superfici di vendita, relative ai singoli esercizi, a condizione che vi sia una specializzazione merceologica trainante per l'economia cittadina.
4. Ulteriori forme di incentivazione dovranno essere ricercate nel Regolamento di Attuazione della L.R. 1/2014.

ART.18. ISTITUZIONE DEL PROTOCOLLO DI ARREDO URBANO

1. Con il presente Strumento si prevede l'istituzione del "Protocollo di Arredo Urbano" nel quale sono stabilite le caratteristiche strutturali, morfologiche e cromatiche delle insegne delle vetrine, del sistema di illuminazione esterna e delle parti di arredo urbano



2. Gli standard da rispettare nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti da rispettare per le caratteristiche morfologiche delle insegne, delle vetrine, del sistema di illuminazione esterna e delle parti di arredo urbano sono così definite:
 - a) Le vetrine dei punti vendita devono essere contenute entro i limiti degli spazi di pertinenza e possono essere delimitate da vetri con o senza struttura metallica, da elementi d'arredo oppure essere ad accesso totalmente libero;
 - b) Le attività commerciali, artigiane e di servizio devono essere segnalate da specifica insegna;
 - c) Le insegne, i segnali, i manifesti, i volantini, le bandiere e le scritte in genere non potranno essere installati nelle parti comuni;
 - d) Le insegne e i mezzi di identificazione con i relativi componenti devono essere contenuti entro i limiti dei punti vendita, secondo la larghezza del fronte, e non devono sporgere verso le vie o le piazze, mentre le lettere che espongono il nome dell'attività possono essere anche in rilievo;
 - e) Le insegne e gli elementi di arredo urbano devono essere realizzati con materiali e con colori conformi alle qualità e agli stili architettonici dei luoghi;
 - f) Potranno essere usate insegne o marchi depositati, anche internazionalmente, con il loro aspetto grafico;
 - g) Sono proibite le insegne provvisorie o costituite da materiale provvisorio, ad eccezione di insegne destinate a pubblicità temporanea per articoli in saldo o in liquidazione, purché esse siano progettate in modo conforme all'estetica dei luoghi e all'immagine del negozio, le insegne mobili, le insegne sui prospetti esterni e sulle coperture.
3. Il progetto di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti dovrà essere approvato dallo SUAP, chiamato a verificarne la compatibilità (per tipologia, dimensione e luogo di installazione) con l'estetica generale del contesto di inserimento.
4. L'imposta sulle insegne degli esercizi commerciali sarà ridotta del 50% per la durata di cinque anni nel caso in cui le insegne medesime siano state realizzate o modificate secondo quanto stabilito nel presente articolo a condizione che dette attività permangano in effettivo stato di gestione per tale lasso temporale, pena la decadenza del beneficio.

ART.19. ISTITUZIONE DEL PROTOCOLLO ESERCIZIO CAMPANO DI QUALITÀ

1. Con il presente Strumento si prevede l'istituzione del "Protocollo Esercizio Campano di Qualità" istituito per la valorizzazione delle attività commerciali e riservato a tutti gli esercizi commerciali, per i quali è verificata la vendita in maniera prevalente di prodotti alimentari o non alimentari di certificata origine regionale, con diritto all'esposizione della vetrofania recante detta dicitura e dell'apposito marchio di riconoscimento regionale.
2. L'attestazione di un'attività commerciale qualificata come Esercizio Campano di Qualità (in sigla ECQ) è garantita dall'inserimento della stessa nello speciale albo regionale a ciò creato e pubblicato sul sito web tematico relativo al commercio della Regione Campania.
3. L'origine campana dei prodotti alimentari in vendita è accertata dalla denominazione di origine o di indicazione geografica, dal marchio collettivo di agricoltura integrata della Regione Campania oppure dalla produzione proveniente da agricoltura biologica di imprese che hanno sede produttiva in Campania. L'origine campana dei prodotti non alimentari, invece, è attestata dal Registro delle imprese delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura da cui risulti che la sede operativa e produttiva della merce sia ubicata nella Regione Campania.
4. Tutti i prodotti di origine campana in vendita negli esercizi commerciali sono elencati in un apposito registro denominato "Carta dei prodotti e della produzioni di qualità", che sarà fornito dalla Regione Campania



all'esercente, per la sua compilazione, all'atto della sottoscrizione del Protocollo e della contestuale firma dell'apposito modulo di adesione.

5. Le caratteristiche delle strutture distributive che possono essere ammesse al Protocollo "Esercizio Campano di Qualità", i vincoli del disciplinare e le opportunità che ad esse sono offerte, sono determinate dal Regolamento di Attuazione della L.R. 1/2014.



TITOLO III – REGOLAMENTO PER IL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE



ART.20. FINALITÀ DEL REGOLAMENTO PER IL COMMERCIO SULLE AREE PUBBLICHE

1. Il Comune disciplina con il presente Regolamento l'esercizio del commercio su aree pubbliche in conformità al SIAD ed alle vigenti disposizioni legislative nazionali e regionali.
2. Con il presente Regolamento il Comune di San Marzano sul Sarno persegue le seguenti finalità:
 - a) Garantire una presenza del commercio su aree pubbliche rispondente alle esigenze dei consumatori, in modo tale da garantire la possibilità di scelta in un ambito concorrenziale, favorendo il contenimento dei prezzi;
 - b) Assicurare che gli insediamenti del commercio su aree pubbliche in sede fissa o l'esercizio dell'attività in forma itinerante, siano integrati con le altre forme distributive, e siano coerenti con un ordinato assetto urbano;
 - c) Salvaguardare e migliorare la vivibilità delle aree urbane;
 - d) Permettere l'ingresso nel settore a nuovi operatori, con procedure semplificate;
 - e) Migliorare l'attrattività commerciale delle aree pubbliche.
3. Il Comune disciplinerà con apposito Regolamento Comunale l'esercizio del commercio su aree pubbliche in conformità al presente SIAD ed alle disposizioni di legge e regolamentari.

ART.21. DEFINIZIONI

1. Ai fini dell'applicazione del presente regolamento si definiscono:
 - a) Commercio sulle aree pubbliche, l'attività di vendita di merci al dettaglio e la somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio o sulle aree private delle quali il Comune ha la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;
 - b) Aree pubbliche, le strade, i canali, le piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico;
 - c) Operatore, il commerciante su aree pubbliche, titolare di autorizzazione, che vende al dettaglio e somministra al pubblico alimenti e bevande su posteggio in concessione o in forma itinerante;
 - d) Posteggio, la parte di area pubblica o di area privata della quale il Comune ha la disponibilità e data in concessione all'operatore;
 - e) Mercato, l'area pubblica o privata della quale il Comune ha la disponibilità composta da più posteggi, attrezzata o meno, e destinata all'esercizio dell'attività per uno o più o tutti i giorni della settimana o del mese per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la somministrazione di alimenti e bevande, l'erogazione di pubblici servizi;
 - f) Mercato in sede propria, il mercato che ha luogo in area destinata a tale uso dallo SIAD, costruito ed utilizzato per il commercio, con configurazioni edilizie specifiche, materiali adatti e servizi propri;
 - g) Mercato su strada, il mercato che occupa per un certo tempo nell'arco della giornata, spazi aperti non predisposti per l'esercizio dell'attività commerciale, sui quali si alterna con altre attività cittadine;
 - h) Fiera, la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private delle quali il Comune ha la disponibilità, di operatori autorizzati ad esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività;
 - i) Sagra, la manifestazione di interesse prettamente locale che si svolge in modo ricorrente od occasionale, in coincidenza di particolari avvenimenti religiosi o altre ricorrenze folcloristiche o di tradizione locale;
 - j) Presenze in un mercato, il numero delle volte che l'operatore si è presentato in tale mercato, anche se non ha svolto l'attività;
 - k) Presenze effettive in una fiera, il numero delle volte che l'operatore ha esercitato l'attività in tale fiera;



- l) Spunta, l'operazione con la quale, all'inizio dell'orario di vendita, dopo aver verificato le assenze e le presenze degli operatori titolari della concessione di posteggio, si provvede all'assegnazione, per quella giornata, dei posteggi occasionalmente liberi o non ancora assegnati;
- m) Spuntista, l'operatore che, non essendo titolare di concessione di posteggio, aspira ad occupare un posto non occasionalmente occupato dall'operatore in concessione o non ancora occupato;
- n) Attività stagionali, quelle attività che si svolgono per un periodo di tempo, anche se frazionato, non inferiore a 60 giorni e non superiore a 180 giorni, che può comprendere anche periodi di anni diversi e che sono riferite alla commercializzazione di particolari prodotti stagionali o che interessano flussi turistici stagionali;
- o) Chiosco, un manufatto isolato o confinante con altri che abbiano la stessa destinazione oppure che accolgano servizi o altre pertinenze di un mercato, realizzato con qualsiasi tecnica o materiale;
- p) Negozio mobile, il veicolo immatricolato secondo il codice della strada come veicolo speciale uso negozio;
- q) Banchi temporanei, attrezzature di esposizione facilmente smontabili e asportabili al termine dell'attività commerciale;
- r) Fiera-mercato, la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private di cui il Comune abbia la disponibilità, di operatori autorizzati a esercitare il commercio su aree pubbliche, specializzati in oggetti usati, anticherie, opere d'arte, di pittura, di scultura, collezionismo, hobbismo, fumetti, libri, stampe, fiori, piante ed affini;
- s) Miglioria, la possibilità per un operatore con concessione di posteggio in una fiera o in un mercato, di sceglierne un altro non assegnato, ubicato nello stesso mercato o fiera oppure in istituendo mercato o fiera, allo scopo di migliorarne la propria posizione;
- t) Autorizzazione di tipo "A", l'atto amministrativo che abilita all'esercizio del commercio su aree pubbliche mediante l'utilizzo di un posteggio nonché all'esercizio in forma itinerante nell'ambito del territorio regionale, che è rilasciato dal Comune sede del posteggio mediante bando di concorso comunale previsto dal c.4 art. 32 della L.R. 14/2001 al quale partecipano gli operatori commerciali in possesso del titolo autorizzatorio per l'esercizio dell'attività su aree pubbliche ed i soggetti privi del titolo;
- u) Autorizzazione di tipo "B", l'atto amministrativo che abilita all'esercizio del commercio sulle aree pubbliche, su tutto il territorio nazionale, esclusivamente in forma itinerante, nonché alla vendita al domicilio del consumatore e nei locali ove questi si trovi per motivi di lavoro, di studio, di cura, di intrattenimento o di svago, che è rilasciato dal Comune nel quale il richiedente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale, se persona giuridica.

ART.22. DEFINIZIONE DEI MERCATI

1. I mercati sono distinti in:

- a) Mercato giornaliero o rionale, quello che si svolge per almeno cinque giorni della settimana per la vendita al dettaglio di tutti i prodotti del settore alimentare e non alimentare compresa la somministrazione di alimenti e bevande;
- b) Mercato giornaliero, di cui alla lettera a) specializzato in particolari merceologie;
- c) Mercato ordinario, quello che si svolge periodicamente per la vendita al dettaglio di tutti i prodotti del settore alimentare e non alimentare compresa la somministrazione di alimenti e bevande;
- d) Mercato stagionale, quello di cui alla lettera c) che si svolge nel limite temporale anche frazionato, compreso tra sessantuno e centottanta giorni;
- e) Mercato specializzato o esclusivo destinato a merceologie del medesimo genere, affini o complementari, con periodicità non giornaliera;



- f) Mercato straordinario, istituito in occasione di eventi o avvenimenti particolari come le festività natalizie e pasquali;
 - g) Mercato dell'antiquariato e del collezionismo, che ha come specializzazioni merceologiche esclusive o prevalenti l'antiquariato, le cose vecchie, le cose usate, l'oggettistica antica, i fumetti, i libri, le stampe, gli oggetti da collezione.
2. Sul piano territoriale possono esistere, ed hanno differenti discipline:
- a) Mercato in sede propria: il mercato che ha un suo luogo esclusivo, destinato a tale uso nei documenti urbanistici, costruito appositamente per il commercio con configurazioni edilizie specifiche e materiali adatti.
 - b) Mercato su strada: il mercato che occupa, per un certo tempo nell'arco della giornata, spazi aperti non predisposti specificamente per accoglierlo, sui quali si alterna con altre attività cittadine.
- Nel Comune di San Marzano sul Sarno possono essere svolti ambedue i tipi di mercato.
3. Il Comune può istituire i mercati anche su aree private di cui abbia ricevuto, mediante apposita convenzione stipulata con gli aventi diritto, la disponibilità per un periodo pari ad almeno dieci anni (o multiplo di dieci) a partire dalla data fissata per l'inizio dell'attività dei suddetti mercati, stante la durata decennale della concessione di posteggio. Per tali aree, andrà verificata, in sede di stipula della convenzione di cui sopra, la sussistenza degli stessi requisiti di sicurezza e di compatibilità fissati per il commercio su aree pubbliche dalle vigenti norme statali e regionali. Tali aree non possono essere individuate nelle zone sottoposte a vincoli di natura paesaggistici-ambientali e/o idrogeologici.

ART.23. NORME GENERALI

1. Nel territorio di San Marzano sul Sarno, il commercio sulle aree pubbliche può essere svolto:
 - a) Su posteggi dati in concessione;
 - b) Su qualsiasi area se in forma itinerante e se l'area non è espressamente preclusa dal Comune.
2. Il commercio su aree pubbliche è soggetto ad autorizzazione amministrativa previa domanda effettuata con la conforme modulistica ed è svolto da persone fisiche o persone giuridiche in possesso dei seguenti requisiti:
 - a) Per l'esercizio dell'attività di commercio, il soggetto interessato deve essere in possesso dei requisiti di onorabilità previsti dall'articolo 71, commi da 1 a 5, del D.Lgs. 59/2010;
 - b) Ai fini dell'esercizio dell'attività di commercio di prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare, il soggetto interessato deve comprovare il possesso di almeno uno dei requisiti professionali previsti dall'articolo 71, commi 6 e 6-bis del D.Lgs. 59/2010.
3. L'attività di vendita mediante l'utilizzo di un posteggio classificata tipologia A è soggetta ad autorizzazione dello SUAP ed abilita anche all'esercizio in forma itinerante nel territorio regionale e nei posteggi occasionalmente liberi, nonché alla partecipazione alle fiere che si svolgono nel territorio nazionale.
4. L'attività di vendita sulle aree pubbliche in forma itinerante classificata tipologia B, è soggetta ad autorizzazione comunale. L'autorizzazione rilasciata dallo SUAP abilita all'esercizio dell'attività in forma itinerante nel territorio nazionale, alla vendita al domicilio del consumatore, nei locali dove si trova per motivi di lavoro, di studio, di cura, di intrattenimento o di svago, nonché nelle fiere e nei posteggi dei mercati occasionalmente liberi nell'ambito del territorio nazionale.
5. L'autorizzazione all'esercizio dell'attività di vendita su aree pubbliche dei prodotti alimentari abilita anche alla somministrazione dei medesimi prodotti se il titolare risulta in possesso dei requisiti prescritti per entrambe le attività. L'abilitazione alla somministrazione deve risultare da annotazione sul titolo autorizzativo.



6. Le aree pubbliche, nonché quelle private di cui il Comune abbia la disponibilità, nelle quali si effettuano i mercati per il commercio di prodotti alimentari, come pure i relativi posteggi, costruzioni stabili, negozi mobili e banchi temporanei, sono sottoposti alle prescrizioni in materia igienico sanitarie di cui all' Ordinanza del Ministero della Salute del 3 aprile 2002, pubblicata sulla G.U. del 17 maggio 2002 n.114.

ART.24. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE PER IL COMMERCIO SU POSTEGGI

1. In considerazione delle previsioni dello strumento urbanistico comunale vigente, degli aspetti relativi ad accessibilità, viabilità e rapporto con il contesto ambientale, con il presente strumento vengono individuate nell'elaborato Tav.3 "Localizzazione delle previsioni commerciali e del centro storico" le aree compatibili con lo svolgimento di mercati, di fiere-mercato specializzate e di sagre.
2. In tutte le altre aree non espressamente indicate non è consentito svolgere alcun tipo di mercato, come precedentemente definito.
3. Le suddette aree mercatali sono destinate anche alla vendita da parte dei produttori agricoli diretti.

ART.25. DISCIPLINA DEL COMMERCIO SU POSTEGGI NEI MERCATI IN SEDE PROPRIA E NEI MERCATI SU STRADA

1. E' facoltà del Comune istituire nuovi mercati, trasferire e/o spostare di sede gli esistenti, effettuare ampliamenti o riduzioni di quelli esistenti ed infine sopprimere mercati e/o fiere ritenuti non più idonei o indispensabili.
2. Nelle aree in cui insistono emergenze architettoniche, in relazione ai valori archeologici, storici ed ambientali e ai fini della salvaguardia delle zone predette, si stabilisce che il commercio su aree pubbliche è sottoposto a particolari restrizioni, che saranno emanate con specifica ordinanza.
3. I posteggi possono essere sia singoli, sia riuniti in mercato, ed il commercio su posteggi può essere svolto sia nel mercato che fuori del mercato.
4. Il Comune istituisce, con apposita deliberazione consiliare, previa consultazione delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese commerciali maggiormente rappresentative a livello regionale, i mercati, avendo disciplinato nell'apposito Regolamento il rilascio delle autorizzazioni, la concessione dei posteggi, nonché orari e modalità di svolgimento nell'osservanza delle norme in materia di commercio al dettaglio nonché delle norme igienico-sanitarie e di sicurezza vigenti. A tal fine nella delibera saranno indicati:
 - L'ubicazione del mercato e la sua periodicità;
 - L'organico dei posteggi;
 - Il numero dei posteggi riservati agli imprenditori agricoli anche in relazione alla stagionalità delle produzioni;
 - Le attrezzature pubbliche ed i servizi comunali disponibili.
5. La deliberazione di cui sopra verrà trasmessa al competente ufficio della Giunta Regionale; altresì le modifiche, i trasferimenti, le variazioni dell'organico e la diminuzione del numero di posteggi e della periodicità dei mercati sono deliberati dal Consiglio Comunale con le stesse modalità previste per l'istituzione dei nuovi mercati.
6. Nei mercati possono essere commercializzati al dettaglio tutti i prodotti consentiti dalla vigente normativa.
7. L'esercizio dell'attività commerciale nell'ambito dei mercati è disciplinato dal D.Lgs. 114/1998 e dalla L.R. 1/2014, nonché dai regolamenti comunali vigenti in materia.
8. In caso di comprovata esigenza di pubblico interesse di ordine pubblico e sicurezza o di igiene e sanità pubblica il Sindaco può disporre la sospensione dei mercati.



9. Qualora in caso di manifestazioni o iniziative locali o per motivi di pubblico interesse si renda necessario lo spostamento di taluni operatori dei mercati, gli stessi saranno temporaneamente collocati in aree alternative individuate con apposita ordinanza sindacale. Conseguentemente il Comando di Polizia Municipale provvede alla dislocazione ed assegnazione temporanea dei nuovi posteggi che verrà disposta tenendo conto delle dimensioni e caratteristiche dei posteggi temporaneamente abbandonati dagli interessati compatibilmente con le dimensioni e caratteristiche delle aree individuate. I nuovi posteggi sono assegnati temporaneamente sulla base delle preferenze espresse da ciascun operatore chiamato a scegliere secondo l'ordine risultante da un'apposita graduatoria, formulata in base all'anzianità di frequenza al mercato riferita non all'esercente, ma all'azienda oggetto di spostamento, opportunamente autodichiarata ai sensi della vigente normativa. In caso di manifestazioni ricorrenti la graduatoria formulata in base ai seguenti criteri fissati resterà valida anche per le successive edizioni della medesima manifestazione.
10. I mercati hanno luogo nella giornata prestabilita, salvo che non ricadano in una festività riconosciuta a tutti gli effetti di legge. In questo caso, di norma, il mercato non viene effettuato. Rimane facoltà del Sindaco sentire le Organizzazioni di categoria del commercio su aree pubbliche, di autorizzare, con propria ordinanza, l'anticipazione, la posticipazione o la conferma del mercato stesso.
11. Per iniziative straordinarie di promozione commerciale o festività tipicamente locali, il Sindaco, con apposita ordinanza, sentite le Organizzazioni di categoria del commercio su aree pubbliche, può autorizzare lo svolgimento di mercati straordinari con le stesse modalità fissate per il mercato settimanale.
12. Al fine di dare una corretta e puntuale informazione alla cittadinanza ed agli operatori commerciali, il Sindaco provvederà a rendere noto, con congruo anticipo, i giorni in cui si svolgeranno i mercati di recupero per festività riconosciute agli effetti di legge ed eventuali mercati straordinari.
13. L'orario di vendita, salvo diversa disposizione sindacale, è fissato dalle ore 08:00 alle ore 14:00. Lo spazio assegnato dovrà essere lasciato dall'operatore commerciale libero da ingombri e da rifiuti, entro un'ora dal termine fissato per la chiusura.
14. In occasione di particolari ed eccezionali circostanze il Sindaco può modificare temporaneamente l'orario e la giornata di svolgimento del mercato.
15. I titolari di concessione di posteggio possono accedere all'area dei mercati 30 minuti prima dell'inizio dell'orario di vendita e devono occupare il proprio posteggio entro i 30 minuti successivi con l'obbligo di consentire il passaggio degli operatori. Gli operatori di spunta che intendono partecipare all'assegnazione dei posteggi non occupati devono presentarsi entro i 30 minuti successivi all'orario fissato per l'inizio della vendita per la firma nell'apposito ruolino di mercato.
16. È fatto divieto a tutti gli operatori di abbandonare il posteggio prima del termine dell'orario di vendita, salvo che non ricorrano giustificati motivi o in caso di calamità naturali. L'abbandono del mercato prima dell'orario stabilito comporta il rilievo di assenza ingiustificata a carico del commerciante. Gli esercenti sono tenuti ad agevolare il transito dell'operatore che debba eccezionalmente abbandonare il posteggio prima dell'orario stabilito.

ART.26. SISTEMAZIONE DELLE ATTREZZATURE DI VENDITA NEI MERCATI

1. I banchi di vendita, gli autonegozi, le attrezzature e le merci esposte devono essere collocati nello spazio appositamente assegnato agli operatori ed indicato nella concessione di posteggio. I veicoli adibiti al trasporto della merce o di altro materiale in uso agli operatori commerciali possono sostare nell'area di mercato purché lo spazio globale occupato rientri nelle dimensioni del posteggio assegnato a ciascuno. Nel caso in cui questo non sia possibile, i veicoli dovranno essere posteggiati in apposite idonee aree.
2. La merce eventualmente appesa in esposizione dovrà rimanere all'interno della linea perimetrale occupata dal banco sottostante. In ogni caso l'esercente dovrà sempre assicurare il passaggio dei mezzi di



emergenza e di pronto intervento, sia lasciando libere le corsie appositamente create, sia provvedendo alla sollecita chiusura della propria struttura in caso di pubblica necessità.

3. Presso lo SUAP è tenuta a disposizione degli operatori e di chiunque ne abbia interesse, la planimetria dei mercati con l'indicazione dei posteggi appositamente numerati, nonché l'elenco dei titolari di concessione di posteggio (pianta organica) con l'indicazione della superficie assegnata.
4. Ogni qualvolta si rendono disponibili posteggi all'interno dei mercati, lo SUAP ha l'obbligo di provvedere all'aggiornamento della pianta organica e di comunicarlo alla Regione Campania entro il 31 gennaio ed il 31 luglio di ciascun anno.
5. I concessionari di posteggio non presenti all'ora stabilita non possono accedere alle operazioni mercatali della giornata e saranno considerati assenti. Il posteggio sarà assegnato ad altro operatore ai sensi dell'articolo 28, comma 11, del D.Lgs.114/1998, Il numero massimo delle giornate di mancato utilizzo del posteggio al fine della decadenza dello stesso è previsto dall'articolo 29, comma 4, lettera b) del D.Lgs.114/1998. Affinché l'assenza non venga computata nei soli casi di malattia, gravidanza o servizio militare, occorre presentare idonea documentazione entro i 30 giorni successivi all'assenza. In caso di calamità naturali l'assenza non è conteggiata quando la stessa coinvolge oltre la metà dei concessionari di posteggio. Parimenti non è computata la mancata partecipazione a mercati straordinari o a mercati che costituiscono recuperi di giornate di mercato non effettuate. I posteggi non occupati dai rispettivi concessionari sono assegnati, nel rispetto della graduatoria degli operatori di spunta, per la sola giornata, ai titolari di autorizzazione al commercio su aree pubbliche che abbiano firmato, l'apposito registro finalizzato alla formazione della graduatoria medesima. Tale graduatoria è determinata dal numero di presenze maturate da ciascun operatore. Per presenze si intende il numero delle volte che l'operatore si è presentato sul luogo di svolgimento del mercato prescindendo dal fatto che abbia potuto o meno svolgere l'attività. Le presenze degli operatori di spunta, così come le assenze dei concessionari di posteggio, sono rilevate in sede di mercato dagli Agenti della Polizia Municipale mediante la compilazione dell'apposito ruolino di spunta provvedendo inoltre all'aggiornamento delle relative graduatorie.
6. L'operatore che non accetta il posteggio disponibile, o che vi rinuncia dopo l'assegnazione, non sarà considerato presente ai fini dell'aggiornamento della "graduatoria di spunta".
7. L'assegnazione temporanea di posteggio dovrà avvenire nel rispetto del settore merceologico.
8. Per l'assegnazione temporanea di posteggio è richiesto il pagamento delle tasse e/o canoni stabiliti da leggi o regolamenti vigenti in materia e secondo le modalità previste dall'Amministrazione Comunale.

ART.27. CRITERI PER LA CONCESSIONE O REVOCA DEI POSTEGGI NELL'AMBITO DEI MERCATI

1. La concessione dei posteggi ha validità decennale salvo rinnovazione o proroga concessa per atto scritto.
2. I posteggi disponibili vengono assegnati mediante l'emanazione di apposito bando di gara secondo i criteri dettati dal D.Lgs.114/1998 e dalla L.R. 1/2014.
3. La concessione dei posteggi ai produttori agricoli, può essere:
 - Permanente, qualora sia relativa all'intero anno solare;
 - Stagionale, qualora si limiti ad uno o due periodi nell'anno ma complessivamente non inferiore a 60 giorni e non superiore a 180 giorni.

Le concessioni permanenti e stagionali hanno validità decennale. Durante tale arco di tempo dovrà essere mantenuta in capo al soggetto, la qualità di "produttore" da documentarsi annualmente. Ogni produttore agricolo non può occupare più di un posteggio nel mercato.

4. Il numero delle presenze e delle assenze effettuate da ciascun produttore è rilevato in sede di mercato dagli Agenti della Polizia Municipale.



5. Ogni qualvolta si rendano disponibili posteggi riservati ai produttori agricoli si provvederà a darne comunicazione agli altri produttori assegnatari ed ai frequentatori occasionali privi di concessione; le eventuali domande presentate saranno esaminate nel rispetto dei criteri sotto indicati in ordine alle seguenti priorità:
 - a) Titolare di concessione decennale di posteggio permanente (a parità di condizione si darà priorità alla maggiore anzianità di frequenza al mercato);
 - b) Titolare di concessione decennale stagionale (a parità di condizione si darà priorità alla maggiore anzianità di frequenza al mercato);
 - c) Frequentatori occasionali (privi di concessione) nel rispetto della graduatoria delle presenze al mercato;
 - d) Altri richiedenti non frequentatori del mercato nel rispetto dell'ordine cronologico di presentazione della domanda (numero di registrazione assegnato dal Protocollo Generale del Comune).Nei casi di cui ai precedenti punti a), b), c), a parità di condizioni sarà considerato l'ordine cronologico di presentazione delle domande.
6. I posteggi eventualmente rimasti liberi verranno assegnati, anche ai non frequentatori, previo pubblico avviso all'Albo Pretorio e affissione di manifesti, nel rispetto dell'ordine cronologico di presentazione delle domande.
7. I posteggi dei produttori agricoli non occupati dai rispettivi concessionari vengono assegnati, per la giornata, al produttore agricolo in possesso di apposito attestato, che abbia firmato, entro i 30 minuti successivi all'orario di vendita stabilito per gli operatori del mercato, nell'apposito ruolino di mercato finalizzato alla formazione della graduatoria delle presenze occasionali dei produttori. Tale graduatoria è determinata dal numero di presenze maturate da ciascun produttore e sarà periodicamente aggiornata dagli Agenti della Polizia Municipale.
8. Le disposizioni contenute nel presente regolamento, in quanto applicabili, devono essere osservate anche dai produttori agricoli che occupano i posteggi loro riservati.

ART.28. MODALITÀ DI UTILIZZO DEI POSTEGGI E MODALITÀ DI VENDITA NEI MERCATI

1. L'operatore ha i seguenti obblighi e diritti:
 - Di esibire l'autorizzazione in originale e la concessione di posteggio ad ogni richiesta degli organi di vigilanza.
 - Qualora l'Amministrazione Comunale fornisca un cartello riportante il numero del posteggio, gli stessi avranno l'obbligo di esporlo in modo visibile.
 - Non può essere assegnatario di più di un posteggio nel mercato, salvo il caso di subentro per acquisto di azienda.
 - Può utilizzare il posteggio per tutti i prodotti oggetto della sua attività, fatto salvo il rispetto delle esigenze igienico-sanitarie.
 - Di tenere pulito lo spazio occupato e al termine delle operazioni di vendita deve raccogliere i rifiuti in sacchi a perdere e collocarli nei punti di raccolta individuati allo scopo.
 - Il posteggio non deve rimanere incustodito.
2. Il Comune può autorizzare, previa apposita comunicazione al Sindaco, lo scambio di posteggi fra operatori nell'ambito dello stesso mercato ed esclusivamente per posteggi localizzati nello stesso settore merceologico, può altresì consentire il cambio di posteggio con uno disponibile dello stesso settore merceologico e non ancora comunicato alla Regione ai fini della pubblicazione del bando di concorso.
3. E' vietato condividere il proprio posteggio con altri commercianti.



4. L'occupante del posteggio assume tutte le responsabilità verso terzi derivanti da doveri, ragioni e diritti connessi all'esercizio dell'attività, ivi compreso l'obbligo di fornire le prestazioni inerenti la propria attività a chiunque le richieda o ne corrisponda il prezzo.
5. Gli operatori su aree pubbliche sono responsabili per eventuali danni arrecati, nell'utilizzo dei posteggi, al patrimonio pubblico o a proprietà di terzi.
6. Le tende di protezione del banco e di analoghe attrezzature devono essere contenute entro i limiti evidenziati nella planimetria del mercato. Gli eventuali tendoni o sporti di qualunque tipo, posti a copertura del banco, siano a falde spioventi e devono essere situati ad una altezza minima del suolo di 2,00 ml misurati nella parte più bassa del suolo. Eventuali barriere laterali devono essere arretrate di almeno 50 cm rispetto al fronte espositivo al fine di non impedire la visibilità dei banchi attigui. Sono consentite eccezioni nel caso in cui dette barriere abbiano la funzione di proteggere le merci dagli agenti atmosferici e soltanto per il tempo necessario a tale uso. E' vietato annunciare il prezzo e la qualità delle merci o esercitare altre forme di richiamo con clamore ed apparecchi per la diffusione sonora che rechino disturbo alla quiete pubblica ed alle attività circostanti.
7. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio, ovunque collocati, devono indicare in modo chiaro e ben leggibile il prezzo di vendita al pubblico mediante l'uso di cartelli o con altre modalità idonee allo scopo; 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 dal tale obbligo.
8. Ai commercianti di articoli per la riproduzione sonora e visiva è consentito l'utilizzo di apparecchi per la diffusione dei suoni in relazione ai prodotti posti in vendita, purché il rumore non arrechi disturbo al pubblico ed alle attività limitrofe.
9. Gli operatori, a seconda della specifica attività esercitata, devono osservare tutte le disposizioni in materia di pubblicità dei prezzi, vendite straordinarie, vendite a peso netto, etichettatura delle merci.
10. L'installazione dei banchi di vendita deve tassativamente avvenire nel rispetto degli spazi di sicurezza previsti secondo le modalità riportate nell'apposita planimetria.

ART.29. COMITATO CONSULTIVO DEL MERCATO

1. Il Comune potrà avvalersi, per consultazioni specifiche relative a problemi organizzativi dei mercati di una Commissione Consultiva.
2. La Commissione Consultiva, qualora istituita, collabora con l'Amministrazione Comunale al buon funzionamento dei mercati stessi e potrà esprimere pareri e proposte inerenti il mercato.
3. La Commissione Consultiva verrà costituita con elezione diretta da parte dei titolari di posteggio e degli spuntisti. Verranno eletti i candidati che avranno ottenuto il maggior numero di voti, ed in caso di parità, coloro che hanno maggior anzianità di presenza sul mercato.
4. La Commissione Consultiva è così composta:
 - Quattro rappresentanti dei concessionari di posteggio del mercato, di cui almeno uno alimentarista;
 - Un rappresentante dei produttori agricoli;
 - Un rappresentante degli spuntisti.Fanno parte della Commissione Consultiva, inoltre, un rappresentante per ogni Associazione di Categoria del commercio su aree pubbliche.
5. La Commissione dura in carica quattro anni.



ART.30. DISCIPLINA DEL COMMERCIO ITINERANTE

1. L'esercizio del commercio itinerante su aree pubbliche è subordinato al rispetto delle condizioni e delle modalità stabilite dal presente Regolamento nonché dal D. L.gs. 114/98 e dalla Legge Regionale nr. 1/2014 e dalle norme che disciplinano la circolazione stradale.
2. Il commercio su aree pubbliche in forma itinerante è consentito su tutto il territorio comunale ad eccezione del centro storico (così come definito dallo strumento urbanistico comunale vigente), nonché, nei tratti di via Martiri della Loggia, via Piave e le relative traverse per motivi viabilistici igienico-sanitari e di pubblica sicurezza.
3. In occasione di manifestazioni di particolare interesse sociale, religioso, artistico e culturale e limitatamente alla durata delle stesse il Comune può, con apposito provvedimento, disciplinare specificamente l'attività di commercio itinerante individuando le aree di divieto ed i posteggi consentiti, da individuarsi in modo tale da non intralciare il transito veicolare e pedonale e da non creare situazioni di disagio e/o pericolo in riferimento alle norme di sicurezza, igiene.
4. In materia di orari ai commercianti su aree pubbliche si applicano le medesime norme dettate per il commercio in sede fissa, ivi incluse le deroghe alla chiusura domenicale e festiva stabilite dalle vigenti norme statali e regionali per gli esercizi commerciali.
5. Agli esercenti l'attività commerciale itinerante è consentito sostare su suolo pubblico per il tempo strettamente necessario per esibire i propri prodotti.
6. L'attività deve essere esercitata al di fuori delle aree di mercato, ad una distanza minima di 500 metri dalle stesse.
7. L'operatore commerciale su aree pubbliche può farsi sostituire, nell'esercizio dell'attività, esclusivamente da chi sia in possesso dei requisiti di cui all'art.5 del Decreto Legislativo 114/98, salvo il caso di sostituzione momentanea per la quale può essere delegato anche un soggetto privo dei requisiti prescritti, purché socio, familiare coadiuvante o dipendente.
8. Nel caso di società di persone, regolarmente costituite, i soci possono svolgere l'attività purché in possesso dei requisiti prescritti previa dimostrazione della loro partecipazione alla società ed esibizione della relativa autorizzazione in originale.

ART.31. COMPITI DELLO SPORTELLO UNICO ATTIVITÀ PRODUTTIVE

1. La regolamentazione, la direzione e il controllo delle attività di commercio su aree pubbliche, nelle diverse forme indicate, nonché le funzioni di polizia amministrativa nei mercati, spettano all'Amministrazione Comunale, che le esercita attraverso lo Sportello Unico Attività Produttive (SUAP). Il Responsabile del SUAP, si avvale del personale del Comando di Polizia Municipale per l'attività di controllo.
2. L'Ufficio SUAP del Comune di San Marzano sul Sarno provvederà a tenere il ruolino di mercato, a verificare le presenze degli operatori e ad assegnare giornalmente i posteggi temporanei (ruolino di spunta). Il ruolino di mercato sarà consultabile presso gli uffici del Settore Commercio del Comune di San Marzano sul Sarno.
3. L'Ufficio SUAP verificherà che i produttori agricoli vendano esclusivamente merci di propria produzione.
4. L'Ufficio SUAP provvederà alla redazione e tenuta dell'archivio dei mercati e degli operatori, nonché alle rilevazioni delle attività di commercio su aree pubbliche, rilevando in particolare:
 - a) Mercati, fiere e sagre esistenti nel territorio comunale con la relativa periodicità ed ubicazione;
 - b) Posteggi distinti, dove è previsto dall'atto istitutivo, per settore alimentare e non alimentare;
 - c) Le autorizzazioni distinte per tipologia di tipo A e di tipo B, e per settore merceologico.



ART.32. SANZIONI

1. Ai sensi del D.Lgs. 114/98, chiunque eserciti il commercio su aree pubbliche senza la prescritta autorizzazione o fuori dal territorio previsto dall'autorizzazione stessa, nonché senza l'autorizzazione o il permesso di cui ai precedenti articoli è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da € 516,00 a € 3.098,74.
2. In caso di particolare gravità o recidiva il Sindaco può disporre la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.
3. L'autorizzazione è revocata:
 - a) Nel caso in cui il proprietario non inizia l'attività entro sei mesi dalla data dell'avvenuto rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
 - b) Nel caso di decadenza della concessione del posteggio per mancato utilizzo del medesimo in ciascun anno solare per periodi di tempo complessivamente superiori a quattro mesi, salvo il caso di assenza per malattia, gravidanza o servizio militare;
 - c) Nel caso in cui il titolare non risulti più provvisto dei requisiti.