



COMUNE DI PISA

Adeguamento del regolamento comunale di polizia locale per il commercio al dettaglio su aree private.

Art. 1 - Oggetto e finalità

1. Il presente regolamento ha lo scopo di adeguare il vigente regolamento comunale di polizia locale in attuazione di quanto previsto dall'art. 6, comma 5, del Decreto Legislativo 114/1998 e dall'art. 6 comma 1 della legge regionale 17.5.99 n° 28.

Art. 2 - Definizioni

1. Per “superficie di vendita” di un esercizio si intende l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, casse, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita l'area destinata ai magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi nonché quella alla quale il pubblico non può accedere e la eventuale zona riservata al deposito carrelli, antistante la barriera casse, a condizione che, in questa zona, non vi siano merci esposte. Non costituiscono inoltre superficie di vendita le vetrine e le zone di passaggio ad esse antistanti, nei casi in cui si trovino all'esterno del negozio sul fronte strada o siano integrate con spazi di passaggio comuni ad altri esercizi commerciali.
2. Per “stagione” si intende un periodo di tempo, anche frazionato, non inferiore a sessanta giorni e non superiore a centottanta, che può comprendere anche parte dell'anno successivo a quello nel quale ha inizio l'attività. L'apertura stagionale dell'esercizio, rimessa alla libera determinazione dell'esercente, deve essere comunicata preventivamente al comune precisandone il periodo.
3. Per “subingresso” si intende il trasferimento della gestione o della titolarità di un esercizio commerciale, per atto tra vivi o a causa di morte, ad altri che l'assumono in proprio.
4. “Concentrazione” è la riunione in un nuovo esercizio di vendita in locali diversi dai precedenti di esercizi di vicinato, di medie o grandi strutture di vendita, di medesima o diversa titolarità all'atto della richiesta.
5. “Accorpamento” è l'ampliamento della superficie di un esercizio commerciale a seguito dell'acquisizione di altri esercizi commerciali; la superficie ampliata sarà equivalente alla somma delle superficie che disponevano i singoli esercizi accorpati.

6. Per **“centro commerciale naturale”** viene intesa una sequenza di esercizi commerciali e di altre attività di servizi che si affacciano, in prevalenza, su vie o piazze urbane, i cui titolari devono sottoscrivere con il comune un programma unitario di attività promozionali. Le autorizzazioni commerciali sono separate, indipendenti e non devono fare riferimento ad un unico provvedimento generale, preventivo, che può mancare. Le concessioni o autorizzazioni edilizie vengono rilasciate separatamente ed autonomamente per ciascuna attività o complesso immobiliare, sede delle varie attività commerciali.
7. Per **“centro polifunzionale di servizi”** s'intende uno o più esercizi commerciali ubicati in un'unica struttura o complesso immobiliare che possono essere realizzati, anche su area pubblica, eventualmente integrata con un distributore di carburante cui si può associare una pluralità di altri servizi quali, ad esempio:
 - sportelli o servizi decentrati del comune, ufficio postale, bancario o simili;
 - sportelli e centri turistici, di informazione, pro loco e simili;
 - presidio farmaceutico, medico, veterinario e simili;
 - biglietterie, fermate autolinee, centri prenotazioni, e simili;
 - servizi per la casa e la persona;
 - bar, circoli, rivendita tabacchi, rivendita giornali e riviste;
 - impianti sportivi e ricreativi; strutture ricettive, ecc..
8. **“Aree Commerciali Integrate”** sono le aree per le quali lo strumento urbanistico ha espressamente previsto la compatibilità ai fini dell'insediamento di grandi strutture di vendita e che possono comprendere la localizzazione di grandi e medie strutture di vendita integrate funzionalmente sulla base delle disposizioni di specifico strumento urbanistico attuativo. A tali aree si applicano la classificazione e le disposizioni regionali e comunali relative alle grandi strutture di vendita, in rapporto alla superficie di vendita complessiva delle grandi e medie strutture di vendita ivi localizzate
9. **“Esercizio commerciale”** è il luogo o lo spazio complessivamente utilizzato ed organizzato dall'esercente per lo svolgimento dell'attività di vendita. Più esercizi commerciali con stesso o distinti titolari possono coesistere all'interno dello stesso locale o struttura, fermo restando che è la somma delle loro superfici di vendita ad individuare la tipologia dell'insediamento e la disciplina applicabile.

Art. 3. Norme comuni.

1. Le comunicazioni e le domande relative agli esercizi di vicinato, alle medie strutture di vendita, alle grandi strutture di vendita e alle forme speciali di vendita (vedi art. 4) devono essere presentate o inviate all'Ufficio Archivio del Comune, utilizzando esclusivamente l'apposita modulistica predisposta ai sensi dell'art. 10, comma 5, del Decreto Legislativo 114 disponibile presso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, l'Ufficio Commercio al dettaglio su aree private e sul sito Internet del Comune.
2. Le comunicazioni e le domande presentate su una diversa modulistica o su carta semplice non sono efficaci e non sono idonee né a produrre alcun effetto giuridico né ad avviare il procedimento e sono espressamente respinte ed archiviate, previa espressa comunicazione all'interessato.
3. Per la decorrenza dei termini fa fede la data di ricevimento o arrivo all'Ufficio Archivio comprovata dal timbro datario e dall'attribuzione del numero di protocollo generale.

4. Le comunicazioni e le domande devono essere firmate in originale e alle stesse deve essere allegata sempre la fotocopia di un documento d'identità in corso di validità di ognuna delle persone firmatarie; in caso di cittadini extracomunitari, questi devono allegare inoltre fotocopia di valido permesso di soggiorno.
5. L'attività commerciale può essere esercitata con riferimento ai seguenti settori merceologici: alimentare e non alimentare e solo da chi è in possesso dei requisiti morali di cui all'articolo 5 comma 2 del D.Lgs. 114/98. In caso di Società o di organismo collettivo i requisiti morali devono essere posseduti da tutti i soggetti per i quali è previsto l'accertamento antimafia ai sensi dell'articolo 2 comma 3 del D.P.R. 252/98.
6. Per l'esercizio di un'attività commerciale relativa al settore merceologico alimentare è inoltre obbligatorio possedere uno dei requisiti professionali di cui all'art. 5 comma 5 del D.Lgs. 114/98; in caso di Società il requisito professionale può essere posseduto dal legale rappresentante o da altra persona specificatamente preposta all'attività commerciale e designata con apposito atto. Non può essere nominato un medesimo preposto per più Società.
7. Agli effetti del requisito professionale per il settore alimentare, oltre a quelli previsti dall'art. 5, comma 5, del D.Lgs. 114/98, si considerano validi l'iscrizione al registro esercenti il commercio per l'attività di somministrazione di alimenti e bevande.
8. In riferimento al requisito professionale di cui all'art. 5 comma 6 del D.L. 114/98, i soci appartenenti a una società di persone e di capitali dovranno presentare il documento d'iscrizione all'INPS.
9. Nel caso in cui nell'esercizio si verifichi una riduzione della superficie di vendita, l'esercente dovrà presentare la comunicazione avvalendosi dell'apposita modulistica predisposta ai sensi dell'art.10, comma 5, del D.L. 114/98.

Art. 4 - Forme particolari di commercio

1. La vendita al pubblico, in un'unica confezione e ad un unico prezzo, di prodotti che appartengono a settori merceologici diversi, è consentita nell'esercizio che ha nel proprio settore merceologico il prodotto che, rispetto agli altri contenuti nella confezione, risulta di valore pari ad almeno i tre quarti del prezzo della confezione stessa, tenuto conto dei valori di mercato dei vari prodotti.
2. L'attività di vendita corrispondente alle tabelle speciali è vincolata all'attività principale di farmacia, rivendita di generi di monopolio, vendita di carburanti e pertanto non può essere trasferita e/o ceduta separatamente dall'attività principale alla quale si riferisce. Per quanto riguarda l'attività di vendita dei prodotti di cui alla Tabella Speciale Carburanti, il trasferimento di sede e la cessione non possono invece avvenire quando l'attività di vendita è intestata al gestore e non al titolare dell'impianto stesso.
3. Il commercio al dettaglio di "oggetti preziosi" è subordinato anche al possesso della licenza prevista dall'art. 127 del R.D. N. 773/1931 (TULPS).

4. Per la vendita di piante o parti di esse e di semi per la loro riproduzione, fitofarmaci, di piante officinali, di prodotti oggetto dell'esercizio di arti ausiliari delle professioni sanitarie, oltre all'autorizzazione richiesta dal D. Legislativo 114/98 occorre essere in possesso dei requisiti particolari previsti dalla normativa che disciplina il commercio di detti prodotti.
5. I produttori agricoli, singoli od associati, i quali esercitano l'attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'art. 2135 cod. civ., alla L. n. 125/1959 e successive modifiche, ed alla legge n. 59/1963 e successive modifiche, devono denunciare l'inizio di attività, ai sensi dell'art. 19 della L. 241/90, come riformulato dall'art. 2, c. 10 della L. n. 537/1993.

Art. 5 - Attività di vendita temporanee

1. In occasione di fiere, feste, mercati, mostre o di altre riunioni straordinarie di persone, il Comune può concedere autorizzazioni temporanee alla vendita. Esse sono valide soltanto per i giorni delle predette occasioni e sono rilasciate esclusivamente a chi è in possesso dei requisiti soggettivi di cui all'art. 5 del D. Legislativo n. 114/98 e di cui alla legge 575/65 e successive modificazioni ed integrazioni, che devono essere autocertificati. Nell'autorizzazione devono essere precisati i giorni e l'orario di validità, il luogo di esercizio ed il soggetto autorizzato. Data la temporaneità e l'occasionalità dell'attività, le autorizzazioni si possono rilasciare anche per siti o luoghi non a destinazione commerciale accertate comunque le condizioni di sicurezza ed igienicità dei luoghi, nei modi di legge. L'istanza deve pervenire al Comune entro e non oltre i trenta giorni precedenti l'inizio della manifestazione. Il responsabile del procedimento deve fornire risposta entro venti giorni decorrenti dal ricevimento della domanda. Qualora non venga fornita risposta entro trenta giorni dalla data di presentazione della domanda all'Archivio generale l'istanza si intende accolta.

Art.6. - Sospensione dell'attività

1. L'esercente che intende sospendere la propria attività per un periodo superiore ai 30 giorni consecutivi è tenuto a inviare apposita comunicazione al Comune almeno 5 giorni prima dell'inizio della stessa.
2. Entro lo stesso termine deve rendere noto al pubblico il periodo di sospensione con un cartello visibile anche dall'esterno.
3. Il Dirigente del Servizio Competente ordina la chiusura definitiva dell'esercizio di vicinato qualora l'attività venga sospesa per un periodo superiore ad un anno.
4. Il Dirigente del Servizio Competente revoca l'autorizzazione di una grande o media struttura di vendita se l'attività viene sospesa per un periodo superiore ad un anno.

Art. 7 - Affidamento in gestione di reparti

1. Il titolare di un esercizio commerciale organizzato "per reparti" in relazione alla gamma dei prodotti trattati ne può affidare uno o più ad uno o più soggetti in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del D.Lgs 114/98.
2. Il gestore deve presentare preventiva comunicazione al Comune utilizzando la modulistica COM 1 facendo riferimento alla voce "subentro". Alla comunicazione deve essere allegata copia del contratto di gestione.

Art. 8 - Autorizzazione per i centri commerciali al dettaglio

1. **Un centro commerciale al dettaglio, ai sensi dell'art. 4, c. 1, del D. Legislativo 114/98, è una struttura concepita e organizzata unitariamente, con specifica destinazione d'uso commerciale e coincidente, per superficie di vendita, con una media o grande struttura di cui all'art. 4, comma 1, lettere e) e f) del Decreto Legislativo 114/98. Deve essere costituita da almeno due esercizi commerciali.**
2. **Il Centro Commerciale deve essere dotato di spazi e servizi comuni, funzionali al centro stesso, che possono essere organizzati su superfici sia coperte che scoperte.**
3. **Il Centro Commerciale è unitario rispetto al sistema del traffico, dei parcheggi, dei servizi ad uso collettivo, degli orari delle attività commerciali e artigianali presenti, in modo che il consumatore abbia un'immagine unica sia dell'offerta commerciale che dei servizi annessi.**
4. **La superficie di vendita di un centro commerciale è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali nello stesso presenti.**
5. **L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di vendita di un centro commerciale avente superficie di vendita pari ad una media o grande strutture sono soggette ad autorizzazione comunale. La domanda di autorizzazione, che deve essere corredata da una relazione che descriva esattamente la composizione del centro commerciale, dettagliando le attività e funzioni con indicata la relativa superficie, può essere presentata da un unico promotore o da singoli aspiranti esercenti. In questo ultimo caso la domanda è presentata tramite un rappresentante degli stessi nominato per i rapporti giuridici con i terzi.**
6. **Ai soli fini della presentazione della domanda il soggetto promotore può non essere in possesso dei requisiti di cui al comma 5 dell'art. 5 del D. Legislativo 114/98. Dovrà essere in possesso di tali requisiti prima del rilascio dell'autorizzazione relativa al centro commerciale.**
7. **L'intestazione ad altro soggetto, diverso dal promotore originario, che dovrà essere in possesso dei requisiti previsti dall'art. 5 del Decreto 114/98, non costituisce subentro.**
8. **I commercianti associati che intendono creare un centro commerciale mediante l'apertura di esercizi di cui intendono conservare la distinta titolarità possono chiedere che l'esame delle domande e delle comunicazioni sia svolto congiuntamente e secondo un criteri unitario.**
9. **Prima dell'apertura degli esercizi è possibile sostituire i richiedenti originari con altri.**
10. **Dopo l'attivazione del centro i cambi di titolarità possono avvenire soltanto a seguito di atti di trasferimenti, tra vivi o a causa di morte**
11. **All'interno dei centri commerciali gli spazi comuni non possono essere utilizzati per l'esercizio di attività di vendita anche se temporanee.**

Art. 9 - Autorizzazione per medie strutture di vendita

1. Per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di vendita fino ai limiti previsti per la media distribuzione si deve fare riferimento all'art. 8 del D. Legislativo 114/98
2. Le domande, nelle modalità previste dal secondo comma dell'art. 8 del D. Legislativo 114/98, devono essere presentate direttamente allo Sportello Unico per le Attività Produttive.
3. Lo Sportello Unico per le Attività Produttive darà inizio all'avvio del procedimento con le modalità di cui all'art. 14 del "Regolamento per l'organizzazione ed il funzionamento dello Sportello Unico per le attività produttive" e al DPR 447/98.
4. Il termine entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della L. 241/90 e successive modifiche, è fissato in 90 giorni.
5. Le condizioni per il rilascio dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita sono quelle di cui all'art. 9 del Regolamento Regionale n° 4 del 26.7.99, nonché all'art. 10 del D. Legislativo 114/98.
6. Tra più domande di autorizzazione per medie strutture di vendita concorrenti nella stessa area (aree individuate dal Piano Strutturale) si applicano nell'ordine i seguenti criteri:
 - realizzazione di "centro commerciale" come definito dall'art. 4 comma 1 lett. g) del D. Legislativo 114/98;
 - realizzazione di una media struttura di vendita a seguito di concentrazione o accorpamento di esercizi di vicinato o di altre medie strutture di vendita.
 - trasferimento di medie strutture di vendita già esistenti.
 - nuove attività.

Art. 10 - Disposizioni per grandi strutture di vendita

1. Per le "grandi strutture di vendita" le procedure sono individuate dall'art. 9 del D. Legislativo 31.3.1998 n. 114, dal Regolamento regionale n. 4 del 26.7.1999 segnatamente artt. 10 – 11, nonché dalle direttive regionali per la programmazione urbanistica - commerciale approvate con deliberazione C.R.T. n. 137 del 25.5.99 integrata e modificata con deliberazione C.R.T. n. 233 del 26.7.99.

Art. 11 - Subingresso negli esercizi di vendita al dettaglio

1. Il trasferimento, in gestione o in proprietà, per atto tra vivi od a causa di morte, di un esercizio di vendita al dettaglio è soggetto a comunicazione al Comune. Non può essere oggetto di atti di trasferimento l'attività corrispondente soltanto ad un settore merceologico dell'esercizio. La comunicazione comporta di diritto, per le medie e grandi strutture, il trasferimento della titolarità dell'esercizio a chi subentra nello svolgimento dell'attività, a condizione che:
 - sia provato l'effettivo trasferimento dell'azienda
 - il subentrante sia in possesso dei requisiti soggettivi per l'esercizio dell'attività previsti dall'art. 5 del D. Legislativo 114/98.

2. **La comunicazione di subentro comporta il diritto del subentrante, se in possesso dei requisiti soggettivi di cui all'art. 5 del D. Legislativo 114/98, di continuare l'attività del dante causa.**
3. **La comunicazione di subingresso deve essere effettuata utilizzando il modello COM 1 per gli esercizi di vicinato ed il modello COM 3 per le medie e grandi strutture.**
4. **La comunicazione di subingresso è presentata, a pena di decadenza dal diritto di esercitare l'attività, entro i termini seguenti:**
 - **in caso di subentro per atto tra vivi entro sessanta giorni dalla data di stipula dell'atto di cessione o affitto**
 - **in caso di subentro per mortis causa entro un anno dalla morte del titolare**
5. **L'atto di trasferimento della titolarità o della gestione dell'esercizio deve essere stipulato come previsto dalle norme vigenti presso un notaio e deve essere allegato alla comunicazione di subingresso.**
6. **Il subentrante già in possesso dei requisiti alla data dell'atto di trasferimento dell'esercizio o, nel caso di subingresso per causa di morte alla data di acquisto del titolo, può iniziare l'attività, solo dopo aver presentato la comunicazione di cui al comma 3.**
7. **Il subentrante per causa di morte non in possesso dei requisiti professionali, ha comunque facoltà di continuare l'attività del dante causa per non più di dodici mesi dalla data di acquisto del titolo a condizione di aver fatto la comunicazione di cui al comma 3.**
8. **Il subentrante, per atto tra vivi, non in possesso dei requisiti professionali può iniziare l'attività solo dopo avere acquisito tali requisiti ed aver presentato la comunicazione di subingresso al comune entro due mesi dalla data di acquisizione dei requisiti.**
9. **Il subentrante decade dal diritto di esercitare l'attività nei seguenti casi:**
 - **non acquisisca i requisiti professionali entro un anno dalla data di trasferimento dell'esercizio;**
 - **non da inizio all'attività entro 1 o 2 anni dalla data di acquisizione dei requisiti a seconda si tratta rispettivamente di esercizi di vicinato e media struttura di vendita o grande struttura di vendita.**
10. **Nei casi in cui sia avvenuto il trasferimento della gestione di un esercizio, la comunicazione di subentro è valida ed efficace fino al termine della gestione.**

La risoluzione anticipata di un contratto di affitto di azienda, fatto salvo quanto previsto nell'atto stesso, dovrà essere stipulato presso un notaio.

Al termine di quest'ultima il titolare dell'esercizio ha diritto di riassumere in proprio la gestione, previa presentazione della apposita comunicazione. Qualora non vi provveda e conseguentemente non inizi l'attività entro il termine di due mesi decorrente dalla data di cessazione della gestione, decade dal diritto di esercitare l'attività
11. **Le attività di vendita di cui alle tabelle speciali riservate ai distributori di carburanti, farmacie e rivendite di generi di monopolio non possono formare oggetto di atti di cessione a terzi se non unitamente all'attività principale alla quale ineriscono. All'atto della richiesta devono essere precisati gli estremi della licenza alla quale dette tabelle speciali vengono abbinate.**

Art. 12 – Forme speciali di vendita

A. Spacci interni

1. **Ai sensi dell'art. 16 del D. Legislativo 114/98, la vendita negli spacci interni può essere effettuata soltanto a favore delle persone che hanno titolo per accedervi e deve essere fatta in locali non aperti al pubblico che non abbiano accesso diretto dalla pubblica via.**
2. **Chi intende effettuare tale vendita deve presentare la comunicazione al Comune utilizzando l'apposita modulistica di cui all'art. 3.**
3. **L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione regolare e completa da parte del Comune senza che sia intervenuta interruzione o sospensione dei termini.**

B. Vendita a mezzo di apparecchi automatici

1. **Chi intende effettuare la vendita di prodotti a mezzo di apparecchi automatici deve inviare una comunicazione , con apposita modulistica, nella quale deve essere dichiarata la sussistenza dei requisiti soggettivi per l'esercizio del commercio, il settore merceologico, l'ubicazione degli apparecchi e le loro caratteristiche funzionali.**
2. **Se l'apparecchio viene installato su area pubblica deve essere richiesto il permesso per l'occupazione della stessa precisando la superficie che si intende occupare, i luoghi previsti per la installazione degli apparecchi stessi e la durata dell'occupazione. La richiesta deve contenere l'impegno a rispettare le regole e condizioni che disciplinano l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.**
3. **Se la vendita con apparecchi automatici viene effettuata in un locale esclusivo, appositamente attrezzato e soggetta alle stesse disposizioni che disciplinano l'apertura degli esercizi di vendita al dettaglio.**

C. Vendita per corrispondenza, televisione ed altri sistema di comunicazione – Vendita a domicilio del consumatore

1. **Chi intende effettuare una vendita al dettaglio per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione o effettuare la vendita a domicilio del consumatore, deve presentare la comunicazione al Comune utilizzando l'apposita modulistica di cui all'art. 3.**
2. **L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione regolare e completa da parte del Comune senza che sia intervenuta interruzione o sospensione dei termini..**
3. **Eventuali incaricati devono essere muniti di tesserino di riconoscimento, rilasciata secondo le modalità di cui all'art. 19, c. 5, del Decreto Legislativo 114/98.**

Art. 13 - Orari delle attività commerciali

1. **In materia di orario delle attività commerciali, si deve fare riferimento agli articoli 11, 12 e 13 del D. Legislativo 114/98.**

2. **L'Amministrazione Comunale potrà stabilire forme di programmazione degli orari delle attività commerciali in modo da garantirne la fruizione nelle diverse zone della città, anche non facendo coincidere gli orari di apertura, di chiusura e i turni di riposo per gli esercenti dello stesso ramo d'attività nell'ambito dei provvedimenti di cui alla L. R 22.7.98 n° 38 "Governo del tempo e dello spazio urbano e pianificazione degli orari della città".**

Art. 14 - Salvaguardia del centro storico

1. **Al fine di riqualificare la rete distributiva, di rivitalizzare e salvaguardare il tessuto economico, sociale e culturale del centro storico e come strumento a sostegno per la conservazione delle proprie caratteristiche e delle attività tradizionalmente in esse esercitate viene fatto divieto di aperture all'interno della zona A del P.R.G. (Centro storico) di esercizi di vendita con prevalenza "articoli erotici per sexy shop". Inoltre viene fatto divieto di apertura di esercizi di vendita con prevalenza "onoranze funebre" nelle aree pedonali istituite con appositi atti deliberativi dalla Giunta Comunale.**
2. **E' fatto divieto nelle vie sotto elencate del centro storico di nuove aperture di esercizi di vendita con prevalenza "Articoli di ferramenta, esclusa minuteria", "Articoli idro - termo - sanitari" "Materiale edile" "Saloni auto":**

Piazza Vittorio Emanuele v. B.Croce (fino a Piazza Guerrazzi), Corso Italia e relative traverse (destra: Corte S. Domenico - via Pascoli - Piazza e via del Carmine - via S. Bernardo e Piazza Chiara Gambacorti - via S. Martino fino a Piazza Toniolo - sinistra: via Cottolengo- via La Nunziatina- via Toselli - via di Banchi) Lungarno Gambacorti, Lungarno Pacinotti, Lungarno Mediceo, Lungarno Galilei, Piazza Garibaldi, Borgo stretto con relative traverse (destra: via Rigattieri - via Vernagalli - via Palestro - via S.Orsola - via Mercanti - Largo Ciro Menotti - vicolo del Poschi - via S. Francesco fino a Piazza D'Ancona - via R.Fucini - via S. Cecilia - via del Ruschi - sinistra: via delle Donzelle -Piazza delle Vettovaglie, via Cavalca, via del Campano, via S.Frediano, via Tavoleria e Piazza S. Omobono - Piazza Dante - Piazza dei Cavalieri, via Ulisse Dini , Piazza S. Felice), via S. Lorenzo, Piazza Martiri della Libertà, via Carducci, via Fedeli, Largo del Parlascio, v. Cardinale Maffi e via Corta, via Corsica, via dei Mille, Piazza Cavallotti, via S. Maria (da Piazza Cavallotti fino al Duomo), Piazza dei Miracoli, via Galli Tassi , via Roma nel tratto tra via Galli Tassi e Piazza Duomo, Piazza dell'Arcivescovado, via Cammeo fino a Largo Cocco Griffi, Piazza Manin, via Niccolini fino all'incrocio di via Contessa Matilde".

3. **E' fatto divieto nelle vie sotto elencate del centro storico di nuove aperture di esercizi di vendita del settore alimentare con "Specializzazione pescherie" nelle vie di cui all'area pedonale istituita dalla Giunta Comunale (via Santa Maria da via Galli Tassi a via porta Buozzi, Piazza Cavallotti, via dei Mille, Piazza Buonamici, via Corsica, piazza dei Cavalieri, porzione di via Consoli del Mare, via Ulisse Dini, piazza S. Felice, piazza Donati, piazza Garibaldi)**

ART. 15 – Vendita di liquidazione di fine stagione e saldi, promozionale

A - Vendite di Liquidazione

1. **Le vendite di liquidazione sono definite dall'art. 15, c. 2, del D. Legislativo 114/98 e dall'art. 15, c. 1 del Regolamento Regionale n° 4/99 e riguardano tutte le merci presenti in "negoziò"**

2. **L'esercente che intende effettuare una vendita di liquidazione deve darne comunicazione scritta, in carta semplice, al Comune almeno quindici giorni prima della data di inizio della vendita stessa.**
3. **La comunicazione può essere presentata direttamente al Comune oppure inviata a mezzo di lettera raccomandata con avviso di ricevimento. In caso di consegna diretta la data di presentazione coincide con quella di registrazione della comunicazione al protocollo generale di arrivo della corrispondenza. In caso di invio a mezzo del servizio postale, con il timbro a data apposto dall'ufficio postale accettante.**
4. **La comunicazione deve contenere:**
In caso di liquidazione per cessazione di attività:
 - **Comunicazione di cessazione attività (modello COM3) per le medie e grandi strutture di vendita**
 - **comunicazione cessazione attività (COM1) per gli esercizi di vicinato****In caso di liquidazione per cessione di azienda:**
 - **copia del contratto;****In caso di liquidazione per trasferimento dell'attività in altri locali:**
 - **copia della comunicazione di trasferimento (COM1) se si tratta di esercizi di vicinato ovvero dell'autorizzazione negli altri casi****In caso di liquidazione per trasformazione o rinnovo dei locali:**
 - **copia della concessione e/o autorizzazione edilizia o D.I.A. per la realizzazioni di opere edili;**
 - **qualora si tratti di interventi non soggetti a concessione edilizia o DIA, relazione sottoscritta da tecnico professionalmente abilitato che illustri, anche con allegati cartografici, lo stato dell'esercizio antecedente e successivo all'attuazione del programma di intervento che deve necessariamente interessare almeno l'80% degli arredi, nonché la descrizione dettagliata delle iniziative programmate e dei preventivi di spesa relativi a ciascuna di esse.**
 - **Non è consentita la vendita di liquidazione nel caso di interventi di manutenzione ordinaria (ad es. imbiancatura dell'esercizio, di rifacimento della pavimentazione, ecc).**
5. **La vendita di liquidazione può essere effettuata in ogni periodo dell'anno per una durata non superiore a 10 settimane in caso di cessione o cessazione dell'attività commerciale e per una durata non superiore a 4 nel caso di trasferimento dell'azienda in altro locale, di trasformazione o rinnovo dei locali.**
6. **Dall'inizio della vendita di liquidazione e fino al suo termine, è vietato introdurre nei locali dell'esercizio interessato e relative pertinenze ulteriori merci, anche in conto deposito.**
7. **Al termine della liquidazione per il rinnovo e la trasformazione dei locali l'esercizio deve essere immediatamente chiuso per il tempo necessario alla effettuazione dei lavori che comunque non può essere inferiore a tre giorni.**
8. **Le merci devono essere poste in vendita con l'indicazione del loro prezzo normale, dello sconto che viene praticato, espresso in percentuale sul prezzo normale e del nuovo prezzo di vendita, quale risulta a seguito dello sconto o ribasso. Tutti i dati relativi devono essere**

espressi con lo stesso simbolo grafico, in maniera leggibile, in modo che l'acquirente possa chiaramente individuarli e valutarli.

9. Le asserzioni pubblicitarie relative alla vendita devono essere presentate, anche graficamente in modo non ingannevole per il consumatore e devono contenere gli estremi della comunicazione inviata al comune – per quelle inviate a mezzo del servizio postale: data e numero della raccomandata; per quelle consegnate direttamente data e numero del protocollo generale di arrivo della corrispondenza – nonché l'indicazione della durata della vendita.
10. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi pubblicità relativa sia alla composizione merceologica che alla qualità delle merci nonché agli sconti o ribassi praticati.

B - Vendite di fine stagione o saldi

1. Le vendite di fine stagione come definite dall'art.15, comma 3, del D.lgs n.114/98 e dall'art. 16 del Regolamento della Regione Toscana n° 4/99, possono essere effettuate nei periodi indicati nel citato regolamento.
2. Il Comune, d'intesa con la Camera di Commercio, sentite le organizzazioni del commercio e dei consumatori può individuare che entro il mese di ottobre di ogni anno, periodi diversi da quelli sopra indicati, da valere per l'anno successivo.
3. L'individuazione di periodi diversi da quelli indicati al precedente comma 1 è effettuata con delibera di Giunta Comunale.
4. Per i prodotti a carattere stagionale o di moda – suscettibili di deprezzamento se non sono venduti entro un determinato periodo di tempo - e che possono essere oggetto di vendita di fine stagione, si intendono
 - i generi di vestiario e abbigliamento in genere;
 - gli accessori dell'abbigliamento e la biancheria intima;
 - le calzature, pelletterie, articoli di valigeria e da viaggio;
 - gli articoli sportivi, in base alle caratteristiche stagionali;
 - le confezioni ed i prodotti legati a particolari festività, al termine delle stesse.
5. Anche come termine di paragone le merci devono essere poste in vendita con l'indicazione del loro prezzo normale, dello sconto che viene praticato, espresso in percentuale sul prezzo normale, e del nuovo prezzo di vendita, quale risulta a seguito dello sconto o ribasso. Tutti i dati relativi devono essere espressi con lo stesso simbolo grafico, in maniera leggibile in modo che l'acquirente possa chiaramente individuarli e valutarli.
6. La vendita di saldi di fine stagione deve riguardare la merce già presente nell'esercizio. E' consentito introdurre nell'esercizio solo merce non oggetto della vendita di saldi fine stagione.
7. Le merci offerte devono essere separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie.
8. Le asserzioni pubblicitarie relative alla vendita devono essere presentate, anche graficamente in modo non ingannevole per il consumatore con l'indicazione della durata

della vendita. Gli organi di vigilanza del Comune hanno facoltà di accedere al punto di vendita per effettuare i necessari controlli.

9. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi pubblicità relativa sia alla composizione merceologica che alla qualità delle merci, nonché agli sconti o ribassi praticati.

C - Vendite promozionali

1. Le vendite promozionali, come definite dall'art.15 comma 1 e 4 del D.L.vo N.114/98, possono essere effettuate dall'esercente dettagliatamente tutti i prodotti oppure per una parte dei prodotti merceologici.
2. Le vendite promozionali di prodotti di carattere stagionale, quest'ultimi come individuati dal precedente lettera B, c. 4, appartenenti al settore merceologico non alimentare non possono essere effettuate nel mese di Dicembre, nei periodi delle vendite di fine stagione nei trenta giorni precedenti a tali periodi.
3. Le vendite promozionali dei prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare e dei prodotti per l'igiene della persona e della casa possono essere effettuate in qualsiasi periodo dell'anno senza necessità di preventiva comunicazione al Comune
4. Chi intende effettuare una vendita promozionale deve darne comunicazione scritta al Comune almeno dieci giorni prima dell'inizio, precisando nella stessa la durata della vendita ed il genere dei prodotti oggetto di promozione.
5. La comunicazione può essere presentata direttamente al Comune – Archivio Generale, oppure inviata a mezzo di raccomandata con avviso di ricevimento, le osservazioni pubblicitarie devono contenere gli estremi della comunicazione al Comune: data e numero della raccomandata oppure di registrazione del protocollo generale di arrivo della corrispondenza.
6. Le merci devono essere poste in vendita con l'indicazione del loro prezzo normale dello sconto che viene praticato, espresso in percentuale sul prezzo normale e del nuovo prezzo di vendita, quale risulta a seguito dello sconto o ribasso, tutti i dati relativi devono essere espressi con lo stesso simbolo grafico, in maniera leggibile in modo che l'acquirente possa chiaramente individuarli e valutarli.
7. Le merci offerte devono essere separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie.
8. Le asserzioni pubblicitarie relative alla vendita devono essere presentate anche graficamente in modo non ingannevole per il consumatore e devono contenere gli estremi della comunicazione inviata al Comune – per quelle inviate a mezzo del servizio postale: data e numero della raccomandata; per quelle consegnate direttamente: data e numero del protocollo generale di arrivo della corrispondenza – nonché l'indicazione della durata della vendita. Gli organi di vigilanza del Comune hanno facoltà di accedere al punto di vendita per effettuare i necessari controlli.

9. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi pubblicità relativa sia alla composizione merceologica che alla qualità delle merci, nonché agli sconti o ribassi praticati.

ART. 16 – Programmi integrati per la tutela e la valorizzazione dei centri storici e per la rivitalizzazione delle rete distributiva

1. Sulla base delle priorità di interventi dei lavori pubblici sulle differenti aree (vie, piazze, percorsi) del centro storico e degli obiettivi generali della pianificazione comunale, il Comune invita consorzi e/o società tra privati a presentare proposte di programma di riqualificazione (di aree ben individuate) che contengano:
 - le motivazioni dell'intervento proposto, l'individuazione dell'ambito territoriale di intervento e la descrizione del contesto entro il quale si colloca;
 - la verifica della coerenza dell'intervento con gli obiettivi generali della pianificazione comunale;
 - la descrizione degli interventi proposti dei soggetti pubblici e dei soggetti privati con i rispettivi piani finanziari e, per gli interventi privati, le varie fonti di finanziamento;
 - il quadro complessivo degli interventi programmati e la loro scansione temporale;
 - gli indicatori fisici e finanziari per il monitoraggio degli interventi e la valutazione dei risultati.
2. Gli interventi costituenti la proposta di programma dei consorzi e/o società tra privati, che deve mirare ad una riqualificazione complessiva dell'ambito territoriale di riferimento, sono riconducibili alle seguenti tipologie:
 - riqualificazione, ammodernamento e rilancio delle strutture distributive, turistiche, di servizio e artigianali delle aree interessate.
 - coordinamento e gestione delle attività concernenti: l'animazione commerciale, iniziative promozionali e commerciali, orari, vendite promozionali, saldi, servizi aggiuntivi al prodotto/servizio, campagne pubblicitarie comuni;
 - realizzazione di iniziative comuni di valorizzazione ed animazione da parte delle imprese commerciali, turistiche, dei servizi e artigianali;
 - ricerche di mercato, indagini socio-economiche; studi statistici indirizzati all'individuazione del target di clientela, allo studio della concorrenza, all'individuazione delle tendenze di settore, al posizionamento aziendale all'interno delle aree interessate; interventi per innovazioni nella gestione aziendale, logistica, analisi di produttività e per progetti integrati per la formazione e l'aggiornamento degli imprenditori e del personale;
 - provvedimenti riguardanti l'orario delle attività commerciali, deroghe alle aperture;
 - promozione di particolari tipologie merceologiche;
 - divieto di determinate merceologie in contrasto con i valori artistici, culturali, storici e ambientali locali; opere di sistemazione ambientale e di arredo urbano delle aree e degli spazi pubblici
 - interventi sulla mobilità.
3. Le proposte di programma di cui sopra verranno valutate dalla Giunta Comunale che, previa concertazione con le associazioni di categoria degli imprenditori e dei lavoratori e

con le associazioni dei consumatori, definirà una graduatoria delle stesse e si impegnerà, nei limiti delle proprie competenze:

- a pari priorità sulla programmazione dei lavori pubblici, a privilegiare la realizzazione degli interventi pubblici relativi ai programmi risultati primi in graduatoria, previa stipula di un accordo volto a garantire la realizzazione degli interventi privati;
- attraverso gli stessi accordi, a favorire e agevolare, sia sotto l'aspetto procedurale che finanziario, gli interventi strutturali di natura privata.

Art. 17. Commercio all'ingrosso

1. L'avvio di una attività di commercio all'ingrosso non è soggetta né a comunicazione al Comune né ad autorizzazione da parte dello stesso. La verifica del possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del D.Lgs 114/98 deve essere effettuata dalla Camera di Commercio competente per territorio alla quale l'esercente è obbligato a presentare apposita domanda d'iscrizione entro un mese dalla data d'inizio dell'attività stessa.
2. Per utilizzatori professionali e utilizzatori in grandi di cui all'art. 4 comma 1 lettera a si intende rispettivamente:
 - gli esercenti attività industriali, attività agricole, attività alberghiere e simili, gli esercenti arti e professioni e in genere gli esercenti un'attività di produzioni di beni e servizi; sono compresi gli operatori commerciali per quei prodotti destinati in via strumentale al funzionamento della sua impresa.
 - gli enti pubblici, le comunità, le convivenze, le cooperative di consumo regolarmente costituite e i loro consorzi, gli enti giuridici o organismi associativi costituiti esclusivamente tra titolari di esercizi di vendita e/o pubblici esercizi per effettuare acquisti di prodotti necessari alla loro attività.
3. Il divieto di commercio al dettaglio e all'ingrosso nello stesso locale non si applica negli esercizi che vendono :
 - macchine e attrezzature ed articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio e l'artigianato;
 - materiale elettrico;
 - colori e vernici, carte da parati;
 - ferramenta ed utensileria,
 - articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici;
 - articoli per riscaldamento,
 - strumenti scientifici e di misura,
 - macchine per ufficio,
 - auto – moto – cicli e relativi accessori e parti di ricambio,
 - combustibili,
 - materiale per l'edilizia
 - legnami
4. L'esercizio dell'attività all'ingrosso e al dettaglio, in una stessa struttura commerciale, può essere svolto in locali che abbiano, ciascuno, un proprio ingresso dall'esterno. Detti locali possono essere dotati anche di apertura che li rendono loro intercomunicanti a condizione però che le stesso non siano accessibile ed utilizzabili dal pubblico.
5. L'attività di commercio all'ingrosso può essere effettuata solo nelle zone previste da dagli strumenti urbanistici
6. Nel Mercato Comunale ortofrutticolo è consentito vendere anche nel dettaglio nel rispetto delle modalità e tempi previsti nel relativo regolamento di mercato.

Art. 18 – Sanzioni.

1. **Per le inosservanze delle disposizioni del presente regolamento, fatto salvo che la violazione non costituisca reato o preveda l'applicazione di leggi specifiche in materia, si applicano le disposizioni di leggi e regolamenti in materia.**

Art. 19 – Disposizioni transitorie e finali.

1. **Dalla entrata in vigore del presente regolamento cessano di avere efficacia tutte le disposizioni diverse o incompatibili contenute in precedenti regolamenti od altri atti emessi dal comune comunque denominati, avente valore dispositivo.**
2. **Le disposizioni contenute nel presente regolamento si intendono automaticamente abrogate o modificate con l'entrata in vigore di successive disposizioni normative in contrasto, siano esse di carattere comunitario, nazionale o regionale.**

Il presente regolamento è stato elaborato dal personale dell'Ufficio Commercio del Servizio Gestione Attività Economiche: dott. Luis de la Fuente (Funzionario) e Cristiana Barsacchi, con la collaborazione di Antonio Marmeggi (del Servizio Polizia Municipale) e Paola Lazzereschi