



SIAD 2025  **COMUNE DI SAN MARZANO SUL SARNO (SA)**

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

Legge Regionale n. 7/2020 "Testo Unico del Commercio"

NORMATIVA TECNICA DI ATTUAZIONE

2025 - V3

REL.

2

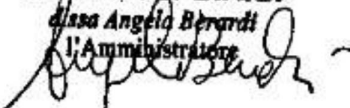


Strumento d'Intervento per l'Apparato Distributivo (SIAD)
Legge Regionale Campania n.7/2020

Normativa Tecnica di Attuazione



AMBITUR S.A.S.
d.ssa Angela Berardi
l'Amministrazione





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

Il Sindaco

Avv. Andrea ANNUNZIATA

Il Vicesindaco

Delega Sviluppo Economico

PTC Vincenzo MARRAZZO

Il Responsabile

Settore Gestione del Territorio

Ing. Giovanni PELLEGRINO

Il RUP

Settore Gestione del Territorio

Ing. Antonella IAQUINANDI

Progettazione



Arch. Antonio OLIVIERO



Sommario

TITOLO I – OGGETTO ED AMBITO DI APPLICAZIONE DEL SIAD.....	5
<i>ART.1. OGGETTO DELLO STRUMENTO D'INTERVENTO PER L'APPARATO DISTRIBUTIVO.....</i>	<i>5</i>
<i>ART.2. ELABORATI DELLO STRUMENTO D'INTERVENTO PER L'APPARATO DISTRIBUTIVO.....</i>	<i>5</i>
<i>ART.3. ENTRATA IN VIGORE E AMBITO DI APPLICAZIONE.....</i>	<i>6</i>
TITOLO II – COMMERCIO IN SEDE FISSA	8
<i>ART.4. CLASSIFICAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI.....</i>	<i>8</i>
<i>ART.5. DEFINIZIONI</i>	<i>9</i>
<i>ART.6. MISURE PER LA SEMPLIFICAZIONE DEI PROCEDIMENTI.....</i>	<i>10</i>
<i>ART.7. REQUISITI E CARATTERISTICHE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI.....</i>	<i>10</i>
<i>ART.8. LOCALIZZAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI.....</i>	<i>12</i>
<i>ART.9. NORME PARTICOLARI SULL'INSEDIAMENTO DELLE STRUTTURE COMMERCIALI.....</i>	<i>13</i>
<i>ART.10. NORME PARTICOLARI PER AREE ED EDIFICI SOTTOPOSTI A VINCOLI.....</i>	<i>13</i>
<i>ART.11. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER GLI ESERCIZI DI VICINATO (EV).....</i>	<i>13</i>
<i>ART.12. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER GLI ESERCIZI MERCI INGOMBRANTI (EMI)</i>	<i>15</i>
<i>ART.13. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER I MERCATI SU AREA PRIVATA (MAP).....</i>	<i>15</i>
<i>ART.14. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA (M/AM – ME)</i>	<i>16</i>
<i>ART.15. LOCALIZZAZIONE CARATTERISTICHE QUALITATIVE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA.....</i>	<i>17</i>
<i>ART.16. SPAZI DESTINATI A PARCHEGGIO PER LA CLIENTELA E VIABILITÀ</i>	<i>20</i>
<i>ART.17. SPAZI DESTINATI ALL'USO PUBBLICO ED ALLA MOVIMENTAZIONE DELLE MERCI</i>	<i>21</i>
<i>ART.18. IL CENTRO COMMERCIALE NATURALE (CCN).....</i>	<i>22</i>
<i>ART.19. INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO.....</i>	<i>23</i>
<i>ART.20. ISTITUZIONE DEL PROTOCOLLO DI ARREDO URBANO.....</i>	<i>24</i>
<i>ART.21. ISTITUZIONE DEL PROTOCOLLO ESERCIZIO CAMPANO DI QUALITÀ.....</i>	<i>25</i>
TITOLO III – COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE.....	26
<i>ART.22. DEFINIZIONI</i>	<i>26</i>
<i>ART.23. DEFINIZIONE DEI MERCATI.....</i>	<i>27</i>
<i>ART.24. NORME GENERALI.....</i>	<i>28</i>
<i>ART.25. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE PER IL COMMERCIO SU POSTEGGI.....</i>	<i>29</i>
<i>ART.26. DISCIPLINA DEL COMMERCIO SU POSTEGGI NEI MERCATI IN SEDE PROPRIA E NEI MERCATI SU STRADA</i>	<i>29</i>
<i>ART.27. SISTEMAZIONE DELLE ATTREZZATURE DI VENDITA NEI MERCATI.....</i>	<i>31</i>
<i>ART.28. MERCATINI DELL'USATO, DELL'ANTIQUARIATO E DEL COLLEZIONISMO.....</i>	<i>32</i>
<i>ART.29. FIERE PROMOZIONALI</i>	<i>33</i>
<i>ART.30. CRITERI PER LA CONCESSIONE O REVOCA DEI POSTEGGI NELL'AMBITO DEI MERCATI</i>	<i>34</i>
<i>ART.31. MODALITÀ DI UTILIZZO DEI POSTEGGI E MODALITÀ DI VENDITA NEI MERCATI.....</i>	<i>35</i>
<i>ART.32. DISCIPLINA DEL COMMERCIO ITINERANTE.....</i>	<i>36</i>



<i>ART.33. COMPITI DELLO SPORTELLO UNICO ATTIVITÀ PRODUTTIVE.....</i>	<i>37</i>
<i>ART.34. NORME FINALI E TRANSITORIE</i>	<i>37</i>



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 le attività commerciali nel Comune di San Marzano sul Sarno in attuazione della L.R. Campania n.7 del 21/04/2020 “Testo Unico sul Commercio (TUC)”, secondo le finalità di modernizzare e razionalizzare il sistema commerciale del Comune di San Marzano sul Sarno, nel rispetto della pianificazione urbanistica prevista dal Piano Urbanistico Comunale.
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. 19 della L.R. 7/2020, 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
Tav.04 “ <u>Carta della pianificazione sovraordinata</u> ”	<u>scala 1:25.000</u>

Gli elaborati oggetto di aggiornamento ai sensi della L.R. 7/2020 sono i seguenti:

- *Rel. 1 “Relazione Generale”*
- *Rel. 2 “Normativa Tecnica di Attuazione”*
- *Rel. 3 “Regolamento per le attività commerciali”*
- *Tav. 2 “Localizzazione delle previsioni commerciali”*



ART.3. ENTRATA IN VIGORE E AMBITO DI APPLICAZIONE

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.
3. Lo SIAD 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 abrogate le norme ed i Regolamenti Comunali incompatibili o in contrasto con le disposizioni del vigente Strumento d'intervento per l'Apparato Distributivo.
5. Le norme del presente regolamento non si applicano:
 - a) ai farmacisti e ai direttori di farmacie delle quali i comuni assumono l'impianto e l'esercizio, ai sensi della legge 2 aprile 1968, n. 475 (Norme concernenti il servizio farmaceutico) e della legge 8 novembre 1991, n. 362 (Norme di riordino del settore farmaceutico) se vendono esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;
 - b) ai titolari di rivendite di generi di monopolio, di cui al decreto ministeriale 21 febbraio 2013, n. 38 (Regolamento recante disciplina della distribuzione e vendita dei prodotti da fumo), se vendono esclusivamente i generi di monopolio di cui alla legge 22 dicembre 1957, n. 1293 e al relativo regolamento di esecuzione, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074;
 - c) alle associazioni dei produttori ortofrutticoli, costituite ai sensi della legge 27 luglio 1967, n. 622 (Organizzazione del mercato nel settore dei prodotti ortofrutticoli);
 - d) ai produttori agricoli, singoli o associati, ai sensi dell'articolo 5 del Regolamento CE n.1257/1999 del Consiglio del 17 maggio 1999, con le limitazioni previste nell'articolo 4, comma 8, del decreto legislativo 18 maggio 2001 n. 228 (Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, a norma dell'articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57) che esercitano le attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del codice civile e alla legge 25 marzo 1959, n. 125 (Norme sul commercio all'ingrosso dei prodotti ortofrutticoli, delle carni e dei prodotti ittici);
 - e) agli artigiani in possesso dei requisiti di cui alla legge 8 agosto 1985, n. 443 (Legge-quadro per l'artigianato) per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio;
 - f) ai pescatori e alle cooperative di pescatori, nonché ai cacciatori, singoli o associati, che vendono al pubblico e al dettaglio la cacciagione e i prodotti ittici provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività e a coloro che esercitano la vendita dei prodotti da



- essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti ad usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fungatico e di diritti similari;*
- g) a chi vende o espone per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica o informativa, realizzate anche mediante il supporto informatico;*
- h) alla vendita dei beni del fallimento effettuata ai sensi dell'articolo 106 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267 (Disciplina del fallimento, del concordato preventivo, dell'amministrazione controllata e della liquidazione coatta amministrativa);*
- i) all'attività di vendita effettuata durante il periodo di svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti dei visitatori, se riguarda esclusivamente le merci oggetto delle manifestazioni e non dura oltre il periodo di svolgimento delle stesse manifestazioni;*
- l) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o gli enti territoriali che vendono pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto informatico, di propria o di altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività.*



TITOLO II – COMMERCIO IN SEDE FISSA

ART.4. CLASSIFICAZIONE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

1. Ai sensi della L.R. 7/2020, al fine di qualsivoglia valutazione connessa al rilascio delle relative autorizzazioni amministrative per il Comune di San Marzano sul Sarno, gli esercizi commerciali sono classificati in:

TIPOLOGIA ESERCIZIO COMMERCIALE			LIMITI SUPERFICIE DI VENDITA
A	Esercizi di vicinato per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari , in sede privata.	EV	<i>Fino a 250 mq</i>
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 , in sede privata.	MA/M	<i>Compresa tra 251 e 2.500 mq</i>
D	Media struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari , in sede privata.	ME	<i>Compresa tra 251 e 2.500 mq</i>
E	Grande struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari (Ipermercato)	G1A/M	<i>Fino a 5.000 mq</i>
F	Grande struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari	G1E	<i>Fino a 15.000 mq</i>
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	<i>Fino a 5.000 mq</i>
H	Centro commerciale inferiore , cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 8 esercizi commerciali con le caratteristiche previste dalla lettera g)	G2CI	<i>Compresa tra 5.001 e 15.000 mq</i>
I	Centro commerciale superiore , cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 12 esercizi commerciali , con le caratteristiche previste dalla lettera g)	G2CS	<i>Maggiore di 15.000 mq</i>
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	<i>Singola superficie non superiore a 70 mq e totale non superiore a 10.000 mq</i>



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 su aree private: il commercio al minuto effettuato su aree o in locali privati, a mezzo di attrezzature idonee all'attività;
- c) 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;
- d) 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 intese quali superficie oltre lo scivolo delle casse, 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 20 per cento della superficie di vendita;
- e) esercizi di vicinato: gli esercizi commerciali in sede privata aventi superficie di vendita non superiore a 250 metri;
- f) medie strutture di vendita: gli esercizi commerciali in sede privata aventi superficie superiore ai limiti di cui alla lettera e) e fino a 2.500 metri quadrati;
- g) grandi strutture di vendita: gli esercizi commerciali in sede privata, aventi superficie di vendita superiore a 2.500 metri quadrati;
- h) centro commerciale: una media o una grande struttura di vendita nella quale almeno sei 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. È vietata la denominazione di centro commerciale per tipologie di complessi commerciali che presentano differenti caratteristiche;



- i) 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 o un percorso che consente la diretta comunicazione tra i singoli esercizi, per cui, anche se contraddistinte da autonome autorizzazioni all'apertura, si configurano come un unico progetto commerciale;
- j) 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. È vietata la denominazione di outlet per tipologie di esercizi commerciali che vendono prodotti differenti da quelli sopra elencati;
- k) factory outlet center: l'aggregazione di esercizi commerciali di tipologia di outlet;
- l) attività commerciali temporanee: l'esercizio su area privata, per non oltre sessanta giorni, di attività di commercio al dettaglio, previa presentazione al SUAP di una dichiarazione autocertificativa in cui sia attestato il possesso dei requisiti prescritti dall'articolo 71 del decreto legislativo 59/2010.

ART.6. MISURE PER LA SEMPLIFICAZIONE DEI PROCEDIMENTI

1. Ai sensi dell'art.25 della L.R. 7/2020, i comuni o le loro forme associative, nel rispetto della legislazione statale e regionale vigente nonché dei propri strumenti urbanistici, provvedono a rendere contestuali i procedimenti per il rilascio del titolo abilitativo edilizio degli immobili con quelli relativi alle autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle superfici delle medie e grandi strutture di vendita.

ART.7. REQUISITI E CARATTERISTICHE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

1. All'esercizio in qualsiasi forma delle attività commerciali disciplinate dal TUL (L.R. 7/2020 e smi) si applicano le disposizioni in materia di requisiti di onorabilità di cui all'articolo 71, commi 1, 2, 3, 4 e 5, del decreto legislativo 59/2010.
2. L'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio di prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare e l'esercizio di somministrazione di alimenti e bevande sono subordinati al possesso di almeno uno dei requisiti professionali di cui all'articolo 71, commi 6 e 6-bis del decreto legislativo 59/2010.
3. Gli esercizi commerciali, singoli o associati, con superficie di vendita superiori ai limiti dimensionali previsti dall'articolo 23, comma 1, lettera e) del TUC, sono dotati, ad uso della clientela, di almeno un servizio igienico per le donne, uno per gli uomini ed uno per i soggetti portatori di handicap.
4. Le medie strutture di vendita con la superficie di vendita almeno pari a 1.000 metri quadrati e gli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti con la superficie lorda almeno pari a 1.500 metri quadrati, nonché i mercati in area privata di superficie complessiva di vendita almeno pari a 5.000 metri quadrati assicurano:
 - a) la disponibilità, nel medesimo contesto funzionale, in proprio o per la gestione di terzi, di almeno un'attività artigianale o un esercizio per la somministrazione di bevande e alimenti o un'attività di servizio per la clientela, come agenzia di viaggi, parafarmacia,



- spazio organizzato per l'intrattenimento dei bambini sotto sorveglianza, centro per la cura della persona;
- b) la trasmissione all'ufficio comunale competente del piano di smaltimento dei rifiuti prodotti nell'esercizio commerciale e nelle pertinenze, nonché di raccolta differenziata dei medesimi rifiuti.
5. Le grandi strutture di vendita al dettaglio garantiscono al pubblico i servizi minimi di seguito indicati per ciascuna tipologia di struttura:
- a) Grande struttura di vendita G1 A/M - G1 E - G2 CQ:
- 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 1.000 metri quadrati di superficie di vendita, o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;
 - almeno due servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap;
 - servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica, a mezzo POS;
 - almeno un punto di accesso gratuito ad internet da parte della clientela;
- b) Grande struttura di vendita G2CI:
- almeno un pubblico esercizio di somministrazione bevande;
 - almeno un pubblico esercizio di alimenti;
 - almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;
 - almeno due servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap;
 - servizi di pagamento con bancomat o con moneta elettronica, a mezzo POS;
 - almeno quattro attività artigianali;
 - rete wireless per l'accesso gratuito ad internet da parte della clientela;
- c) Grande struttura di vendita G2 CS-G ACP:
- spazio organizzato per l'intrattenimento dei bambini sotto sorveglianza;
 - almeno un pubblico esercizio di somministrazione alimenti;
 - almeno un pubblico esercizio di somministrazione bevande;
 - almeno un servizio igienico, ad uso della clientela, per ogni 1.000 metri quadrati di superficie di vendita o frazione di essa superiore a 500 metri quadrati;
 - servizi di pagamento con bancomat o moneta elettronica, a mezzo POS;
 - almeno quattro attività artigianali;
 - agenzia di viaggi e turismo;
 - rete wireless per l'accesso gratuito ad internet da parte della clientela.
6. I parchi commerciali e le grandi strutture di vendita di nuova realizzazione con superficie di vendita nel complesso pari ad almeno 10.000 metri quadrati assicurano:
- a) un sistema di raccolta di almeno il 20 % delle acque meteoriche attraverso la realizzazione di una vasca di recupero di dimensioni adeguate al fabbisogno di operazioni, come l'annaffiatura, il lavaggio delle aree ed ogni forma di riuso per la quale non è richiesta l'acqua potabile;



- b) la dotazione di una classificazione energetica, prevista dal Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico 26 giugno 2009, n. 39540 (Linee guida nazionali per la certificazione energetica degli edifici), uguale o superiore alla classe energetica globale C.
7. Gli esercizi commerciali di vendita garantiscono il pagamento con bancomat o con moneta elettronica a mezzo di POS.

ART.8. 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	ZTO PUC
			AM	E	AM	E	CQ	CI	CS			
COM1	X											• <u>Aggregati edilizi in contesto agricolo</u>
COM2	X										X	• <u>Insedimento Storico;</u> • <u>Urbanizzato Recente Residenziale;</u> • <u>Aree in trasformazione residenziale;</u> • <u>Aree di trasformazione residenziale</u>
COM3	X	X	X	X							X	• <u>Urbanizzato Recente Multifunzionale</u>
COM4	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		• <u>Aree industriali;</u> • <u>Aree in trasformazione produttive;</u> • <u>Aree produttive dismesse;</u> • <u>Aree di trasformazione produttive</u>

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.9. 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 abilitativi quali SCIA e CILA, così come prescritti dalle Norme Tecniche di Attuazione del predetto strumento urbanistico e dalle sopravvenute normative nazionali e regionali.
2. 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 assenti.

ART.10. 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.11. 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 definite "F" ai sensi del D.M. 1444/1968 è ammissibile la realizzazione di esercizi commerciali di vicinato a supporto dello standard urbanistico. L'esercizio di vicinato non deve alterare la natura dello standard, ma avere funzione integrativa e complementare allo standard e dovrà essere realizzato in diretta contiguità fisica e funzionale con esso.
3. Le norme in materia di esercizio di vicinato si applicano in coordinamento tra il TU Commercio e la normativa specifica di riferimento per specifico settore.
4. 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. n.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. n.99/31, 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.



Il commercio al dettaglio di oggetti preziosi è subordinato anche al possesso della licenza prevista dall'art. 127 del R.D. n.773/31 e s.m.i.

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'art. 16 del D.Lgs. 114/1998, è soggetta a segnalazione certificata di inizio di attività da presentare allo Sportello Unico per le Attività Produttive del Comune di San Marzano sul Sarno, ai sensi dell'art. 19 della L. 241/1990, e deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico, che non abbiano accesso dalla pubblica via.

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'art. 17 del D.Lgs. 114/1998, è soggetta a segnalazione certificata di inizio di attività da presentare allo Sportello Unico per le Attività Produttive del Comune di San Marzano sul Sarno, ai sensi dell'art. 19 della L. 241/1990.

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'art. 18 del D.Lgs. 114/1998, è soggetta a segnalazione certificata di inizio di attività da presentare allo Sportello Unico per le Attività Produttive del Comune di San Marzano sul Sarno ai sensi dell'art. 19 della L. 241/1990.

5. Negli esercizi di vicinato, l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie fino al limite massimo della superficie di vendita ammessa, la riduzione della superficie di vendita, nonché la riduzione di un settore merceologico e la cessazione e il subingresso nelle attività, sono effettuati nel rispetto dei regimi amministrativi della Tabella di cui all'allegato "A" della L.R. 7/2020, mediante la modulistica unificata di cui all'art. 9, comma 4.
6. Per l'esercizio dell'attività di commercio, il soggetto interessato dichiara:
 - a) di possedere i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale di cui all'art.7;
 - b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico- sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche, nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
 - c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
 - d) di aver rispettato eventuali limitazioni della superficie di vendita stabilite dal SIAD per gli esercizi di vicinato.
7. In caso di subingresso per causa di morte in un'attività che ha ad oggetto la commercializzazione di prodotti alimentari, il subentrante, se non è in possesso dei requisiti professionali, è tenuto ad acquisirli entro dodici mesi dalla data del decesso.
8. La Segnalazione Certificata di Inizio Attività - S.C.I.A. - 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 commerciale o artigianale. Nell'ambito di applicazione della SCIA, non rientrano i casi in cui vi sono dei vincoli ambientali paesaggistici o culturali, 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.12. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER GLI ESERCIZI MERCI INGOMBRANTI (EMI)

Gli Esercizi Merci Ingombranti (EMI) possono essere insediati nelle Zone indicate nella Tabella **1: Zonizzazione commerciale e attività ammissibili**.

1. Ai sensi dell'art.32, comma 2 della L.R. 7/2020 il Comune attraverso lo SIAD stabilisce le limitazioni della superficie degli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, anche in maniera differenziata per le diverse zone comunali. Pertanto, per le zone dichiarate espressamente compatibili con l'insediamento degli Esercizi Merci Ingombranti si stabilisce che possono avere una superficie lorda massima di 5.000 mq.
2. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento o la riduzione della superficie, nonché il subingresso e la cessazione delle attività speciali per la vendita di merci ingombranti, sono effettuati secondo le modalità previste nella Tabella di cui all'allegato "A" della L.R. 7/2020, mediante la modulistica unificata di cui all'art. 9, comma 4, e sono documentati secondo le previsioni dell'allegato "B" della L.R. 7/2020, nel rispetto delle previsioni del SIAD, previa dotazione degli standard qualitativi, urbanistici e commerciali in ragione della superficie lorda della struttura distributiva.
3. Nel presente SIAD sono previste limitazioni della superficie degli esercizi speciali per la vendita di merci ingombranti, anche in maniera differenziata per le diverse zone comunali.
4. Le richieste in 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.13. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER I MERCATI SU AREA PRIVATA (MAP)

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.

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento o la riduzione della superficie, nonché il subingresso e la cessazione delle attività di mercato su area privata nonché la riduzione di un settore merceologico, sono effettuati nel rispetto dei regimi amministrativi della Tabella di cui all'allegato "A" della L.R. 7/2020, mediante la modulistica unificata di cui all'art. 9, comma 4, e sono documentati secondo le previsioni dell'allegato "B" della L.R. 7/2020.
2. 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 al SUAP, se resta invariata la superficie di vendita complessiva del mercato.
3. È vietato il trasferimento di sede di un'attività al di fuori del mercato in area privata di appartenenza.
4. In caso di subingresso per causa di morte in un'attività che ha ad oggetto la commercializzazione di prodotti alimentari, il subentrante, se non è in possesso dei requisiti professionali, è tenuto ad acquisirli entro dodici mesi dalla data del decesso.



ART.14. LOCALIZZAZIONE E PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA (M/AM – ME)

1. Le medie 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.
2. Nelle Z.T.O. "A" 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. Durante il periodo di validità del presente Strumento, può essere autorizzata l'apertura di medie strutture per la vendita di prodotti alimentari e misti (MA/M), medie strutture per la vendita di prodotti non alimentari (ME), laddove ne è consentita la compatibilità con lo strumento urbanistico vigente come da Tabella 1 "*Tabella 1: Zonizzazione commerciale e attività ammissibili*".
4. Per le medie strutture di vendita, lo SIAD disciplina l'apertura, l'aggiunta e l'ampliamento merceologico o di superficie, il trasferimento ed ogni altra condizione non prevista dalla L.R. 7/2020.
5. L'apertura, il trasferimento di sede, la riduzione e l'ampliamento della superficie fino al limite massimo della superficie di vendita ammessa, la riduzione di un settore merceologico di una media struttura di vendita, nonché la cessazione o il subingresso nelle attività, sono effettuati nel rispetto dei regimi amministrativi della Tabella di cui all'allegato "A" della L.R. 7/2020, mediante la modulistica unificata di cui all'art. 9, comma 4, e sono documentati secondo le previsioni dell'allegato "B" della L.R. 7/2020.
6. Le autorizzazioni all'apertura o all'ampliamento di una media struttura di vendita sono concesse nel rispetto delle norme urbanistiche vigenti e della dotazione delle aree minime destinate al parcheggio, 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 metri quadrati, oppure per la superficie effettiva, se maggiore;
 - c) la somma delle superfici cessate è pari ad almeno il settanta % 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.
7. Fatto salvo il rispetto 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'art. 23, comma 1, lettera f) della L.R. 7/2020.
8. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento dimensionale di una media struttura di vendita di cui ai precedenti commi 4 e 5 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.



9. In caso di subingresso per causa di morte in un'attività che ha ad oggetto la commercializzazione di prodotti alimentari, il subentrante, se non è in possesso dei requisiti professionali, è tenuto ad acquisirli entro dodici mesi dalla data del decesso.

ART.15. 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 *"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. L'apertura, il trasferimento di sede, la riduzione e l'ampliamento della superficie di una grande struttura di vendita, la riduzione di un settore merceologico, nonché la cessazione o il subingresso nella attività, sono effettuati nel rispetto dei regimi amministrativi della Tabella di cui all'allegato "A" della L.R. 7/2020, mediante la modulistica unificata di cui all'art. 9, comma 4, e sono documentati secondo le previsioni dell'allegato "B" della L.R. 7/2020.
3. L'istanza di apertura, di trasferimento di sede e di ampliamento della superficie è presentata al SUAP competente, corredata dalla documentazione prevista dall'allegato "B" e dalla copia del titolo, rappresentato dal diritto reale o dal rapporto giuridico obbligatorio, relativo all'immobile sede della attività commerciale, che legittima il richiedente alla richiesta di autorizzazione.
4. Il SUAP, verificata la conformità dell'iniziativa proposta alle prescrizioni di localizzazione fissate dal presente strumento, nel rispetto della normativa vigente, la Conferenza di servizi nelle modalità e nei termini stabiliti dalla L. 241/1990.
5. La Conferenza di servizi decide sulla conformità dell'insediamento ai criteri per il rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita di cui al presente testo unico e al rispetto dei requisiti minimi in esso fissati. È sempre necessario il parere favorevole del rappresentante della Regione.
6. Il rilascio dell'autorizzazione per una grande struttura di vendita è subordinato all'osservanza:
 - a) delle disposizioni del decreto legislativo 42/2004, delle disposizioni in materia urbanistica, di quelle fissate dal SIAD e dalla L.R. 7/2020;
 - b) dei requisiti comunali e regionali di compatibilità territoriale dell'insediamento;
 - c) della superficie di vendita massima autorizzabile;
 - d) del positivo riscontro dei parametri di valutazione di cui all'art. 29 della L.R. 7/2020;
 - e) della previsione delle caratteristiche qualitative minime di cui all'art. 34 della L.R. 7/2020;
 - f) della necessaria disponibilità di superficie per parcheggi;
 - 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.
7. 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 % 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 % 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.
8. Fatta salva la facoltà per l'istante di chiedere l'esame in Conferenza di servizi ai sensi della L. 241/1990, le domande di autorizzazione per le grandi strutture di vendita che non ricadono nell'elenco di cui al precedente comma, sono esaminate esclusivamente dal SUAP competente per territorio, nel rispetto del SIAD e delle prescrizioni previste dal presente testo unico.
9. L'autorizzazione all'ampliamento di una grande struttura di vendita è sempre concessa, nel rispetto delle scelte di localizzazione del 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 metri quadrati, oppure per la superficie di vendita, se maggiore;
 - c) la somma delle superfici cessate è pari ad almeno il 70 % 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.



10. Le autorizzazioni o le SCIA delle singole attività poste all'interno del centro commerciale discendono da un unico provvedimento generale, rilasciato anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo.
11. Nei centri commerciali la superficie di vendita occupata dagli esercizi di vicinato non è inferiore al 30 % della superficie di vendita.
12. Gli outlet ed i factory outlet center sono autorizzati secondo le modalità degli esercizi commerciali di dimensione corrispondente.
13. La compatibilità territoriale delle grandi strutture di vendita è soggetta ai seguenti parametri qualitativi di valutazione:
 - a) studio dell'impatto ambientale, asseverato da tecnico abilitato, contenente la descrizione delle misure previste per evitare, ridurre e possibilmente compensare gli impatti negativi rilevanti, nonché l'esposizione dei dati necessari per individuare e valutare i principali impatti sull'ambiente e sul patrimonio culturale che la struttura può produrre e delle misure previste per il monitoraggio, fatto comunque salvo quanto previsto dalla vigente legislazione in materia di valutazione di impatto ambientale; si intende positivamente riscontrato lo studio di impatto ambientale da cui risulta che l'intervento commerciale è compatibile con l'assetto ambientale oppure previe opportune prescrizioni;
 - b) studio del traffico, contenente la descrizione dell'incidenza che il traffico della clientela dell'insediamento commerciale ha sul sistema viario e sulle ordinarie percorrenze veicolari del territorio; lo studio del traffico, asseverato da tecnico abilitato, corrisponde al riscontro del sistema viario esistente e di quello di progetto ricadente nel contesto dell'insediamento della grande struttura di vendita;
 - c) piano analitico di autonomo smaltimento dei rifiuti solidi urbani prodotti nel contesto della nuova struttura distributiva;
 - d) analisi delle ricadute occupazionali, dirette ed indirette, che la realizzazione della grande struttura di vendita apporta, nonché delle procedure predisposte per assicurare la necessaria trasparenza nella pubblicizzazione delle opportunità lavorative;
 - e) piano di attuazione delle previsioni del Codice del consumo di cui al D.Lgs. 206/2005 (Codice del consumo, a norma dell'art. 7 della L. 229/2003), contenente le modalità operative attraverso le quali la normativa è tradotta in servizio per il cliente;
 - f) piano energetico che indica l'utilizzo delle fonti energetiche rinnovabili, a partire dal valore del 30 % al momento dell'apertura, intendendosi per nuovi edifici commerciali, gli edifici che sono realizzati completamente ex novo, non ricadendo in tale fattispecie gli ampliamenti dimensionali delle strutture commerciali o degli immobili esistenti e le ristrutturazioni edilizie, anche se effettuate con demolizione e ricostruzione; non sono comunque soggetti a tale disposizione di promozione delle fonti energetiche rinnovabili i nuovi edifici realizzati nelle Zone Territoriali Omogenee definite "A", "B" e "C" ai sensi del D.M. 1444/1968.



ART.16. SPAZI DESTINATI A PARCHEGGIO PER LA CLIENTELA E VIABILITÀ

1. Gli esercizi commerciali debbono rispettare la dotazione di parcheggio prevista nell'allegato "C" della L.R. 7/2020, che risulta essere pari al prodotto della superficie di vendita per il coefficiente relativo alla tipologia dell'esercizio commerciale, riportato nella seguente Tabella:

Tabella 2: Superficie minima necessaria da destinare a parcheggio

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO COMMERCIALE		COEFFICIENTE
MA/M	Media struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non	1,5
ME	Media struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari	1,0
G1A/M	Ipermercato	2,5
G1E	Grande struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari	2,0
G2CQ	Centro commerciale di quartiere o interquartiere	2,0
G2CI	Centro commerciale inferiore	2,5
G2CS	Centro commerciale superiore	3,0
GACP	Centro commerciale costituito da aggregazioni commerciali poli-funzionali	2,0
EMI	Esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti	1,5
MAP	Mercato su area privata	1,0

Per quanto riguarda i parchi commerciali, la dotazione delle medie e grandi strutture di vendita ivi presenti è incrementata del 25% rispetto ai relativi parametri di cui sopra, in rapporto anche alla destinazione merceologica. Per quanto riguarda gli esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 25.000 metri quadrati, il parametro è incrementato del 30%.

2. L'adeguamento ai parametri di parcheggio è condizione essenziale per il rilascio di nuova autorizzazione per l'apertura, per l'ampliamento della superficie di vendita di un esercizio commerciale o per l'aggiunta del settore merceologico.
3. Nel caso di aggiunta del settore merceologico alimentare, la superficie di parcheggio è quella risultante dal prodotto del parametro relativo al settore alimentare di cui all'allegato "C" per la superficie di vendita dell'esercizio commerciale. Nel caso di ampliamento della superficie di vendita il parametro di cui all'allegato "C" 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.
4. 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.



5. 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 % 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.
6. Per gli esercizi commerciali ubicati nei centri urbani è riconosciuta la possibilità di stipulare apposite convenzioni con i parcheggi autorizzati esistenti in loco, al fine di riservare a servizio esclusivo dell'utenza un numero di posti-auto sufficiente a soddisfare le esigenze della clientela.

ART.17. 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. Gli esercizi commerciali debbono rispettare la dotazione di aree destinate all'uso pubblico e delle aree per la movimentazione delle merci prevista nell'allegato "D" della L.R. 7/2020, che risulta essere pari al prodotto della superficie di vendita per il coefficiente relativo alla tipologia dell'esercizio commerciale, riportato nella seguente Tabella:



Tabella 3: Superficie minime necessarie all'uso pubblico e alla movimentazione delle merci

TIPOLOGIA DI ESERCIZIO COMMERCIALE		AREA AD USO PUBBLICO COEFFICIENTE	AREA MOVIMEN- TAZIONE MERCI COEFFICIENTE
MA/M	Media struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non	0,03	0,03
ME	Media struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari	0,03	0,03
GSV	Grandi strutture di vendita	0,05	0,05
EMI	Esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti	0,03	0,05

Per quanto riguarda i parchi commerciali, la dotazione delle medie e grandi strutture di vendita ivi presenti è incrementata del 25% rispetto ai relativi parametri di cui sopra, in rapporto anche alla destinazione merceologica. Per quanto riguarda gli esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 25.000 metri quadrati, il parametro è incrementato del 30%.

3. L'adeguamento al parametro di cui all'allegato "D" è richiesto in caso di rilascio di nuova autorizzazione o di ampliamento della superficie di vendita.
4. 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 all'allegato "D" per la superficie di vendita dell'esercizio commerciale. Nel caso di ampliamenti della superficie di vendita di una struttura preesistente, la superficie di tali spazi è pari al prodotto del parametro fissato dall'allegato "D" per la superficie di vendita globale, comprensiva dell'area di ampliamento.
5. 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. È necessaria, altresì, un'adeguata presenza di panchine e di spazi per la sosta dei pedoni e di attrezzature per il gioco dei bambini.

ART.18. IL CENTRO COMMERCIALE NATURALE (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, sviluppatasi 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 dei 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.19. INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO

- 1. Il Centro Storico preso in esame dal presente Strumento è rappresentato dalla ZTO definita "A" dallo strumento urbanistico comunale vigente;
- 2. 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.
- 3. Ai fini della valorizzazione e della salvaguardia delle attività e della vivibilità dei centri storici, fatto salvo eventuale Regolamento di attuazione della L.R. 7/2020, 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) Gli esercizi commerciali devono rispettare i periodi fissati per le vendite straordinarie;
 - 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) 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 PUC, 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;
- f) 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.;
- g) 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;
4. 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.

ART.20. ISTITUZIONE DEL PROTOCOLLO DI ARREDO URBANO

1. Con il presente SIAD 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 stilemi 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 art. a condizione che dette attività permangano in effettivo stato di gestione per tale lasso temporale, pena la decadenza del beneficio.
 5. Il protocollo di arredo urbano andrà definito con le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative sul territorio regionale.

ART.21. Istituzione del Protocollo Esercizio Campano di Qualità

6. La Regione, ai sensi dell'art.13 della L.R. 7/2020, istituisce il Protocollo esercizio campano di qualità riservato agli esercizi commerciali dei centri storici, come definiti dagli strumenti d'intervento per l'apparato distributivo (SIAD), 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.



TITOLO III – COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

ART.22. DEFINIZIONI

1. Ai fini dell'applicazione del SIAD si definisce:

- 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) posteggio isolato o fuori mercato: un posteggio non compreso nei mercati;
- f) 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;
- g) 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;
- h) 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;
- i) Presenze in un mercato, il numero delle volte che l'operatore si è presentato in tale mercato, anche se non ha svolto l'attività;
- j) Presenze effettive in una fiera, il numero delle volte che l'operatore ha esercitato l'attività in tale fiera;
- k) somministrazione di alimenti e bevande su aree pubbliche: la vendita di alimenti e bevande effettuata su aree pubbliche o su aree private della quale il comune ha la disponibilità, unitamente alla predisposizione di impianti o attrezzature per consumare sul posto i prodotti acquistati;
- l) associazioni imprenditoriali rappresentative per il settore commercio su aree pubbliche: le associazioni rappresentative per il settore del commercio su aree pubbliche legalmente costituite a livello provinciale ai sensi della L. 580/1993 (Riordinamento delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura) e presenti a livello regionale;
- m) 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;
- n) 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;
 - o) hobbisti: i soggetti che vendono, propongono o espongono, in modo saltuario ed occasionale, merci di modico valore, comunque dal prezzo unitario non superiore a 250,00 euro.
 - p) 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;
 - q) 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;
 - r) Negozio mobile, il veicolo immatricolato secondo il codice della strada come veicolo speciale uso negozio;
 - s) Banchi temporanei, attrezzature di esposizione facilmente smontabili e asportabili al termine dell'attività commerciale;
 - t) 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;
 - u) 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;

ART.23. 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.24. 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. In considerazione degli aspetti relativi ad accessibilità, viabilità e rapporto con il contesto ambientale, con il presente provvedimento si individuano le aree compatibili con lo svolgimento di commercio itinerante. Le aree prescelte saranno individuate con eventuale Ordinanza Sindacale.
3. L'individuazione di altri o diversi spazi in cui è legittima l'inerranza avviene con ordinanza sindacale, a cadenza annuale, e non comporta questioni di rilevanza urbanistica.
4. Il rilascio delle autorizzazioni per il commercio sulle aree pubbliche avviene nei termini e nei modi stabiliti dalla L.R. 7/2020 e dal D.Lgs. n.114/98. L'autorizzazione all'esercizio dell'attività sulle aree pubbliche abilita alla partecipazione alle fiere che si svolgono in tutto il territorio nazionale.

L'autorizzazione all'esercizio dell'attività e la concessione di posteggio sono rilasciate contestualmente dal comune; ogni singolo posteggio è oggetto di distinta autorizzazione e concessione.

Ai fini del rilascio della concessione e assegnazione di posteggi nei mercati, nelle fiere o fuori mercato, il comune predispone apposito bando e provvede alla pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania della relativa graduatoria che contiene l'elenco dei nominativi degli aventi diritto e delle eventuali riserve degli idonei.



5. Nell'ambito dei mercati e delle fiere, il comune riserva posteggi, concessi con le modalità previste dal regolamento di cui all'art. 70 della L.R. 7/2020:
 - a) ai soggetti portatori di handicap ai sensi della L. 104/1992 (Legge-quadro per l'assistenza, l'integrazione sociale e i diritti delle persone handicappate) nella percentuale del 5 % del totale dei posteggi del mercato;
 - b) agli imprenditori agricoli per la vendita delle produzioni, provenienti in misura prevalente dalle rispettive aziende, così come disciplinato dall'art. 4 del decreto legislativo 228/2001, anche con riferimento alla stagionalità delle medesime, e ai coltivatori diretti, nella percentuale non inferiore al 10 % del totale dei posteggi nel mercato;
 - c) alle organizzazioni del commercio equo e solidale di cui alla L.R. 6/2015 (Norme per il sostegno dei gruppi di acquisto solidale (GAS) e per la distribuzione di prodotti agroalimentari da filiera corta e di prodotti di qualità e modifiche della L.R. 20/2014 – Riconoscimento e costituzione dei distretti rurali, dei distretti agroalimentari di qualità e dei distretti di filiera).
6. Le autorizzazioni stagionali sono rilasciate dal comune sede di posteggio e sono riferite ad un periodo di tempo anche frazionato, non inferiore a sessanta e non superiore a centottanta giorni, che può comprendere anche periodi di anni diversi, nel rispetto delle modalità stabilite dalla presente normativa.

Per l'assegnazione temporanea dei posteggi occasionalmente liberi si fa riferimento all'art.59 della L.R. 7/2020.

ART.25. 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.2 "Localizzazione delle previsioni commerciali" 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, nei posteggi ivi indicati.

ART.26. DISCIPLINA DEL COMMERCIO SU POSTEGGI NEI MERCATI IN SEDE PROPRIA E NEI MERCATI SU STRADA

1. È 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. 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. 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.

3. La deliberazione di cui sopra verrà trasmessa al competente ufficio della Giunta Regionale; sono altresì stabilite le modalità di esercizio del commercio su aree pubbliche e il subingresso nella gestione e nella proprietà del titolo abilitativo al commercio.

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.

Le sospensioni dei mercati sono disposte dal Sindaco in caso di comprovata esigenza di pubblico interesse di ordine pubblico e sicurezza o di igiene e sanità pubblica.

Più soggetti promotori, possono individuare delle aree private da destinare all'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche con le medesime procedure di cui all'art. 63 della L.R. 7/2020 se compatibili con le destinazioni risultanti dal presente SIAD.

I rapporti tra il comune ed i soggetti promotori sono regolati da apposita convenzione che comprende la gestione dei servizi connessi alle aree mercatali alle fiere nonché il controllo sui livelli del servizio erogato.

Al cessare della disponibilità dell'area decadono tutte le concessioni di posteggio rilasciate.

4. 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.
5. 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.
6. 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.



7. 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.
8. 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.
9. 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.
10. In occasione di particolari ed eccezionali circostanze il Sindaco può modificare temporaneamente l'orario e la giornata di svolgimento del mercato.
11. 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.
12. 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.27. 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 potrà essere assegnato ad altro operatore ai sensi dell'art. 28, comma 11, del D.Lgs.114/1998.
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.28. MERCATINI DELL'USATO, DELL'ANTIQUARIATO E DEL COLLEZIONISMO

1. Il Comune può istituire mercatini dell'usato, dell'antiquariato e del collezionismo, cui partecipano:

- operatori che esercitano l'attività commerciale in modo professionale ai quali si applicano le norme vigenti sull'attività commerciale effettuata su aree pubbliche;
- operatori che non esercitano l'attività commerciale in modo professionale e che vendono beni ai consumatori in modo del tutto sporadico ed occasionale.

2. I soggetti di cui al comma 1 effettuano la vendita di cose antiche ed usate, ai sensi del regio decreto 6 maggio 1940, n. 635, modificato dall'articolo 2 del decreto del Presidente della Repubblica 28 maggio 2001, n. 311 (Regolamento per la semplificazione dei procedimenti relativi ad autorizzazioni per lo svolgimento di attività disciplinate dal testo unico delle leggi di pubblica sicurezza nonché al riconoscimento della qualifica di agente di pubblica sicurezza – numeri 77, 78 e 108, allegato 1 della legge n. 59/1997 e numeri 18, 19, 20 e 35, allegato 1 della legge 50/1999), fatte salve le disposizioni di legge in materia di prevenzione del riciclaggio.

3. Gli operatori di cui al comma 1, lettera b) ai quali non è richiesto titolo abilitativo devono essere in possesso di un tesserino rilasciato dal comune di residenza o dal comune capoluogo della Regione Campania per i residenti in altre regioni.

4. La richiesta del tesserino identificativo deve essere inoltrata al SUAP di residenza, che stabilisce le caratteristiche del tesserino identificativo e le modalità di rilascio e di restituzione in caso di perdita dei requisiti previsti. Il tesserino identificativo è rilasciato per un massimo di cinque anni anche non consecutivi. Nello stesso periodo non può essere rilasciata ad altro soggetto residente nella stessa unità immobiliare. Trascorso il suddetto periodo, per poter esercitare l'attività l'hobbista deve munirsi di titolo abilitativo per il commercio su aree pubbliche.

Il tesserino non è cedibile o trasferibile ed è esposto durante il mercatino in modo ben visibile e leggibile sia al pubblico sia agli organi preposti al controllo.



5. Il Comune, prima dell'assegnazione del posteggio, che è effettuata con criteri di rotazione e senza il riconoscimento di priorità ottenute per la presenza a edizioni precedenti, procedono alla vidimazione del tesserino mediante l'apposizione di timbro e data in uno degli appositi spazi anche quando la gestione della manifestazione è affidata a soggetti diversi. L'attività di controllo e di vidimazione spetta al Comune.

Gli hobbisti dovranno produrre all'organizzatore una dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà, secondo il modello predisposto dal SUAP, con la quale si dichiara che l'attività svolta è priva di connotazione imprenditoriale.

Gli hobbisti autorizzati possono partecipare ad un massimo di 12 manifestazioni l'anno. Si considera unitaria la partecipazione a manifestazioni della durata di due giorni, purché consecutivi, come stabilito dalla L.R. n.7/2020. Il SUAP è tenuto a redigere un elenco degli hobbisti che partecipano a ciascuna manifestazione/mercato e a trasmetterlo alla Regione.

6. In caso di vendita di merci antiche o usate nei mercati di cui al comma 1, nel rispetto delle norme igienicosanitarie e della tutela del consumatore, gli operatori espongono apposito cartello ben visibile al pubblico recante l'indicazione di prodotto usato o antico.

7. Su richiesta degli organi di vigilanza deve essere esibita la documentazione relativa alla sanificazione delle merci vendute, qualora prevista.

8. I prodotti esposti per la vendita devono, inoltre, indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico.

9. Il mercato dell'antiquariato e del collezionismo è riservato ad associazioni di categoria e a gruppi di operatori consociati, con unico rappresentante che curerà, sotto la supervisione del Comune, l'organizzazione e il regolare svolgimento del mercato nonché i rapporti con l'Amministrazione Comunale, provvedendo ad assolvere agli obblighi fiscali e amministrativi ed ad assumere la diretta responsabilità per tutto quanto possa derivare dallo svolgimento del mercato in danno a persone, animali e cose.

10. I posteggi, in ogni mercato, saranno assegnati in funzione degli spazi disponibili e, comunque, il rapporto posteggi/metri quadrati dovrà essere proporzionato in modo tale da consentire il regolare flusso pedonale senza creare intralcio, impedimento o prospettiva di pericolo, fermo restando che la misura minima per ogni posteggio non dovrà avere una profondità superiore a mt 3 ed una lunghezza non superiore a mt 4. Fra ogni posteggio dovrà essere lasciato libero uno spazio compreso fra 1 metro e 50 centimetri.

11. I mercatini si terranno secondo le modalità, le date e gli orari stabiliti con disposizione motivata della Giunta comunale.

ART.29. FIERE PROMOZIONALI

1 Per Fiera promozionale si intende la manifestazione commerciale che si svolge su aree pubbliche o private di cui il Comune abbia la disponibilità, indetta al fine di promuovere e valorizzare i centri storici, specifiche aree urbane, centri o aree rurali nonché attività culturali, economiche e sociali o particolari tipologie merceologiche o produttive.

2. A tali manifestazioni partecipano gli operatori autorizzati all'esercizio del commercio su aree pubbliche e possono partecipare anche i soggetti iscritti nel registro delle imprese, purché non superino la misura massima del 10% dei posteggi da assegnare.



3. Alle fiere promozionali si applicano i criteri e le modalità di assegnazione dei posteggi nei mercati.
4. Per l'assegnazione dei posteggi a soggetti non esercenti il commercio su aree pubbliche, il Comune formula apposita graduatoria sulla base dell'anzianità maturata dal soggetto richiedente nel Registro delle Imprese. A parità di anzianità si terrà conto dell'ordine cronologico di presentazione della domanda.
5. La fiera promozionale è gestita dal Comune che assicura l'espletamento delle attività di carattere istituzionale e l'erogazione del servizio salvo che non si proceda all'affidamento della gestione dell'intera manifestazione a consorzi, cooperative di operatori o associazioni di categoria.

ART.30. 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. 7/2020.
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.31. 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.32. DISCIPLINA DEL COMMERCIO ITINERANTE

1. L'esercizio del commercio itinerante su aree pubbliche è subordinato al rispetto delle condizioni e delle modalità stabilite dalle presenti norme nonché dal D. L.gs. 114/98, dalla Legge Regionale nr. 7/2020 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.33. 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.34. NORME FINALI E TRANSITORIE

1. Per tutto quanto non espressamente disciplinato dal presente Strumento, si fa riferimento alle disposizioni di cui alla L.R. n.7/2020 (TUC) e ss.mm.ii, del D.Lgs. n.114/98, della L. n.248/2006 nonché dei vigenti Regolamenti comunali, delle norme igienico - sanitarie e delle norme di sicurezza. Laddove non in contrasto con la presente regolamentazione, ovvero con la normativa regionale in materia, il presente regolamento si intende integrato con le previsioni di cui all'ordinanza del Ministero della Salute del 03/04/2002 così come pubblicato sulla G.U. n. 114 del 17/05/2002.
2. Le sanzioni amministrative sono applicate dal Comune dove si è verificata l'infrazione secondo quanto previsto al Capo X "Vigilanza e sanzioni" della L.R. n.7/2020 (TUC) e ss.mm.ii, Il Comune è l'autorità competente all'accertamento, alla riscossione ed ai relativi introiti di tutte le sanzioni pecuniarie previste dal presente articolo, anche se derivanti da pagamenti in misura ridotta o da ordinanze ingiuntive di pagamento.