



**Comunedimartinafranca Provincia
di Taranto**

DOCUMENTO STRATEGICO O DEL COMMERCIO

Redatto ai sensi della Legge Regione Puglia 16.04.2015 n. 24 "Codice del Commercio",
come modificata dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, nonché ai Regolamenti Regionali
R.R. 28 febbraio 2017 n. 4 - R.R. 10 settembre 2018 n. 11 - R.R. 28 marzo 2019 n. 11

SOMMARIO

Capitolo1	4
La normativa in materia di commercio	4
1. La Direttiva Servizi e la salvaguardia della programmazione commerciale	4
2. Il Quadro Normativo della programmazione commerciale nella Regione Puglia	6
2.1 Le disposizioni generali del “Codice del Commercio” in materia di programmazione comunale delle attività commerciali	7
2.2 Le disposizioni del “Codice del Commercio” in materia di commercio in sede fissa	9
2.3 Le disposizioni del “Codice del Commercio” in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica	12
2.4 Le disposizioni del “Codice del Commercio” in materia di commercio su aree pubbliche	13
2.5 Le disposizioni del “Codice del Commercio” in materia di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande	14
2.6 Le disposizioni del “Codice del Commercio” in materia di reti distributive di carburanti	16
3. Il rispetto degli aspetti normativi e il perseguimento degli obiettivi di sviluppo	17
Capitolo2	18
Analisi del territorio comunale di Martina Franca	18
1. Le principali caratteristiche del territorio comunale	18
1.1 La storia.....	18
1.2 Le principali testimonianze storiche, monumentali e culturali	22
1.3 Il profilo urbanistico del Comune di Martina Franca	25
2. Le caratteristiche demografiche del Comune di Martina Franca	29
2.1 L’andamento demografico dell’ultimo decennio	29
2.2 L’andamento della composizione dei nuclei familiari	29
2.3 La struttura della popolazione per classi di età e stato civile	30
2.4 La popolazione per fasce di età	31
2.5 I principali indicatori demografici nel Comune di Martina Franca	31
Capitolo3	34
La programmazione della rete distributiva	34
1. Introduzione.....	34
2. Il Documento di Valutazione della rete commerciale cittadina	35
2.1 Quadro sintetico della rete commerciale del Comune di Martina Franca (per tipologia di struttura)	35
2.2 Quadro sintetico della rete commerciale del Comune di Martina Franca (per tipologia merceologica)	36
2.3 Dettagli della Rete Commerciale del Comune di Martina Franca	36
2.4 Gli indicatori di servizi utilizzati per la valutazione della rete distributiva	39
2.5 Indicatori di dotazioni di servizio al consumatore nella Città di Martina Franca	40
2.6 Attività commerciali su aree pubbliche.....	45
2.7 Punti Vendita di quotidiani e periodici	47
2.8 Distributori di carburante	47
3. Individuazione delle aree da sottoporre a misure di incentivo	48
Capitolo4	49
Le novità intervenute nella programmazione della rete distributiva e le previsioni di adeguamento commerciale	49
1. La programmazione generale della rete distributiva dopo la pandemia Covid-19. Verso una dimensione di economie di prossimità.	49
2. La Legge Regionale 16 aprile 2015 n. 24 “Codice del Commercio” e il successivo aggiornamento operato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12.....	51
Capitolo5	57
Il Piano delle Medie Strutture di Vendita	57
1. Le strutture commerciali esistenti nel Comune di Martina Franca	57
2. Gli indicatori di servizi utilizzati per la valutazione della rete distributiva	59
2.1 Indicatori di servizi delle Medie Strutture di Vendita nel Comune di Martina Franca	59

3. Il Piano delle Medie Strutture di vendita	60
3.1 Norme di riferimento per l'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di una media struttura.....	61
3.2 Limiti insediativi di eventuali nuove Medie Strutture di Vendita per zone di localizzazione e modalità per la presentazione delle domande.	62
3.3 Nuovi contesti dopo l'adozione del Piano Urbanistico Generale.....	67
3.4 Criteri per l'insediamento di nuove strutture di vendita	68
4. Schema di Convenzione	70
Capitolo 6.....	75
Il Regolamento comunale per le attività di somministrazione di alimenti e bevande.....	75
Capitolo 7.....	85
Il Piano del Commercio sulle Aree Pubbliche	85
1 Analisi preliminare di determinazione dei fabbisogni	85
2 La dinamica demografica e l'analisi sulla rete distributiva comunale in sede fissa su aree pubbliche	85
3 Ricognizione dei mercati su aree pubbliche esistenti e valutazione delle nuove potenzialità	89
4 Le Linee Guida di pianificazione nella redazione del Piano del Commercio su Aree Pubbliche del Comune di Martina Franca	94
5 Nuova definizione dei Mercati su Aree Pubbliche.....	96
Capitolo 8.....	109
Il Regolamento di disciplina delle attività commerciali su aree pubbliche.....	109
Capitolo 9.....	138
Il Piano Comunale di localizzazione dei punti di vendita di stampa quotidiana e periodica.....	138
Capitolo 10.....	143
Il Regolamento di disciplina della rete distributiva dei carburanti	143
Capitolo 11	155
Forme speciali di vendita al dettaglio	155
1 Gli spacci interni	155
2 Vendite di prodotti per mezzo di apparecchi automatici.....	155
3 Vendite per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione	157
4 Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori.....	158
Capitolo 12.....	158
Sanzioni e norme finali	158
1 Competenza della vigilanza e dei provvedimenti sanzionatori	158
2 Sospensione, decadenza e revoca delle autorizzazioni.....	159
3 Provvedimenti sanzionatori di parte della Regione Puglia.....	160

Capitolo 1

La normativa in materia di commercio

1. La Direttiva Servizi e la salvaguardia della programmazione commerciale

In linea generale ogni intervento in materia di regolamentazione dell'attività economica da parte dei soggetti istituzionali competenti dovrebbe essere conforme al principio di tutela della concorrenza, considerata dalla Corte Costituzionale "*una delle leve della politica economica del Paese*" e non costituire ostacolo all'eliminazione di limiti e barriere all'accesso al mercato ed alla libera esplicazione della capacità imprenditoriale.

In questa direzione si pongono anche la Direttiva 2006/123/CE sui servizi nel mercato interno, approvata il 12 dicembre 2006, nonché il Decreto Legislativo n. 59/2010 di recepimento della stessa e, da ultimo, il Regolamento Regione Puglia n. 3 del 11 marzo 2011 di attuazione della Direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio relativa ai servizi di mercato interno.

La Direttiva Servizi costituisce un elemento centrale della strategia di Lisbona e mira a realizzare un mercato interno dei servizi che agevoli la libertà di stabilimento dei prestatori dei servizi e la libera prestazione degli stessi negli Stati membri dell'UE, in un'ottica di maggiore competitività ed equilibri dei mercati, in modo tale che sia le imprese che i consumatori possano trarre il massimo beneficio dalle opportunità che questi offrono.

Essa deve essere considerata nel contesto del Trattato CE, ed in particolare delle libertà del mercato interno, ed essere interpretata ed attuata nell'ambito di tale contesto: in particolare, l'art. 14 del Trattato, che considera il mercato interno come uno spazio senza frontiere interne nel quale è assicurata la libera circolazione dei servizi; l'art. 43, che assicura la libertà di stabilimento; l'art. 49, che sancisce il diritto di prestare servizi all'interno della Comunità.

Occorre innanzitutto riconoscere che la programmazione urbanistico-commerciale rientra a pieno titolo tra i motivi imperativi di interesse generale che la Direttiva ed il Decreto attuativo individuano quali deroghe alla soppressione delle autorizzazioni per l'esercizio delle attività.

Da evidenziare che la Direttiva si applica unicamente ai requisiti che influenzano l'accesso all'attività di servizi o il suo esercizio. Pertanto "*[...] essa non si applica ai requisiti come le norme del codice stradale, le norme riguardanti l'uso e lo sviluppo delle terre, la pianificazione urbana e rurale, le regolamentazioni edilizie [...]*".

Gli strumenti di programmazione commerciale hanno avuto in Italia una decisa evoluzione a partire dal 1998 con l'entrata in vigore del Decreto Legislativo 114/1998, la cui comparazione con la precedente normativa (L. 426/1971), definisce una svolta nei principi alla base della pianificazione degli insediamenti commerciali.

Nel capo II della 426/1971 oltre al principio guida:

□ "*.... La migliore funzionalità e produttività del servizio da rendere al consumatore*" (art. 11 - principio che si ritrova anche nel Decreto Bersani);

si ritrova anche l'altro principio guida:

□ "*..... il maggior possibile equilibrio tra installazioni commerciali a posto fisso e la presumibile capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante ...*" (art. 11).

Il cambiamento introdotto con il D.Lgs. 114/1998 appare di significativa portata, giacché sancisce l'abbandono di una concezione programmatica che era finalizzata alla definizione degli insediamenti commerciali tutta incentrata sul raffronto tra l'offerta insediata su un territorio dato e la potenziale domanda della popolazione svolta tutta in termini quantitativi.

Con il D.Lgs. 114/1998 viene posto al centro della programmazione il rapporto tra gli insediamenti commerciali ed il territorio sia per l'uso che questi stessi determinano del territorio stesso, sia per la funzione di qualificazione del tessuto urbano che le attività commerciali svolgono con la loro presenza, qualificazione legata ai principi di carattere generale quali:

- *“il pluralismo e l’equilibrio tra le diverse tipologie e le diverse forme di vendita con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese”* (art.1 comma 3 lett. d);
- *“la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane, insulari”* (art. 1 comma 3 lett. e).

In particolare la programmazione commerciale, come disciplinata all’articolo 6 del Decreto Legislativo 114/1998 e riproposta dalle diverse normative regionali a seguito dell’attribuzione costituzionale della competenza in materia di commercio intervenuta nel 2001, fonda gli indirizzi generali per l’insediamento delle attività commerciali su alcuni criteri tra i quali:

1. la qualità dei servizi da rendere al consumatore; la compatibilità territoriale e ambientale degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l’inquinamento;
2. la riqualificazione del tessuto urbano, in particolare per quanto riguarda i quartieri urbani degradati al fine di ricostituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;
3. la salvaguardia e riqualificazione dei centri storici anche attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti e il rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale;
4. il favorire gli insediamenti commerciali già operanti sul territorio interessato, anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali.

Il quadro normativo in materia di programmazione è stato poi completato dall’art. 3 della legge n. 248/2006 che richiamandole regole comunitarie in materia di tutela della concorrenza e di libera circolazione delle merci e dei servizi e al fine di assicurare ai consumatori finali un livello minimo ed uniforme di condizioni di accessibilità all’acquisto di prodotti e servizi sul territorio nazionale ai sensi dell’art. 117, comma secondo, lettere e) ed m) della Costituzione - prevede che le attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande siano svolte senza alcuni limiti e prescrizioni tra cui:

- il rispetto di distanze minime obbligatorie tra attività commerciali appartenenti alla medesima tipologia di esercizio;
- il rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale.

Sulla base della legislazione vigente e dell’esame di compatibilità della stessa con le prescrizioni della Direttiva Servizi effettuato a livello governativo nella fase di recepimento, ***all’interno della programmazione commerciale l’operatività delle grandi e medie strutture di vendita, le attività di distribuzione carburanti, il commercio su aree pubbliche, la somministrazione di alimenti e bevande, le rivendite di giornali e riviste, comportano la necessità di mantenere in capo agli Enti pubblici la definizione di modalità di programmazione*** tali da garantire assetti equilibrati dal punto di vista urbanistico, ambientale, infrastrutturale, di sicurezza stradale, di vivibilità sociale, che non compromette in alcun modo il rispetto della libertà di stabilimento, di circolazione e di esercizio dell’attività commerciale nel mercato interno.

Ovviamente non si può negare che mantenere un rapporto di equilibrio tra programmazione e liberalizzazione nel commercio non è semplice.

Se alcune attività sono state liberalizzate (esercizi di vicinato, forme speciali di vendita, commercio su aree pubbliche in forma itinerante) ed altre sono state molto semplificate (somministrazione di alimenti e bevande), le maggiori criticità sono riscontrabili in materia di medie e grandi strutture di vendita.

Si tratta di evitare di incorrere nella previsione di *“requisiti consistenti in restrizioni quantitative o territoriali sotto forma di restrizioni fissate in funzione della popolazione o di una distanza geografica minima tra prestatori”* (art. 15, comma 2, lett. a) Direttiva).

Nel Decreto di recepimento, la formula utilizzata in materia di programmazione (sia per i pubblici esercizi che per il commercio su aree pubbliche) consiste nel *“divieto di criteri legati alla verifica di natura economica o fondati sulla prova dell’esistenza di un bisogno economico o sulla prova di una domanda di mercato, quali entità delle vendite ... e presenza di altri operatori ...”* (a questo

propositosivedal'art.14,comma1,punto5)dellaDirettivasecondocuitaledivietononconcerne “*i requisiti di programmazione che non perseguono obiettivi economici, ma che sono dettati da motivi imperativi d'interesse generale*”, tra cui fa rientrare esplicitamente la tutela dell'ambiente urbano. Circa poi il concetto di “verificadi naturaeconomica” laqualifica“una dimostrazione della capacità economica come condizione per la concessione di un'autorizzazione”.

La programmazione della grande distribuzione deve trovare la sua motivazione nel perseguimento di un interesse di carattere generale, che è quello di garantire, sul territorio, la presenza di tutte le tipologie distributive, senza consentire il determinarsi di situazioni di monopolio a favore di nessuna di esse.

Va anche evidenziato che il regime autorizzativo e la programmazione ad esso collegata sono da ritenersi conformi al principio di proporzionalità, in quanto forme diverse di controllo a posteriori non sarebbero idonee a preservare la tutela effettiva dell'interesse generale che, ai sensi dell'art. 4, punto 8) della Direttiva, si sostanzia nella tutela dei consumatori (che in questo modo hanno a disposizione diverse forme distributive, ciascuna con le sue caratteristiche ed elementi positivi),ma anche nella protezione dell'assetto territoriale e dell'ambiente, compreso quello urbano, da fenomeni di desertificazione commerciale o da una proliferazione incontrollata di grandi strutture di vendita.

La compresenza sul territorio di tutte le tipologie distributive viene perseguita, oltre che con la previsione di requisiti qualitativi e di limitazioni all'insediamento delle grandi strutture di vendita collegate ad esigenze di tutela del territorio, anche attraverso altri strumenti quali la promozione della costituzione dei centri commerciali naturali e la valorizzazione dei luoghi del commercio e degli esercizi storici e di tradizione.

Diversamente, quando i motivi imperativi di interesse generale sopra richiamati non sussistono, anche il Consiglio di Stato ha di recente ribadito che (ai sensi dell'art. 3 l. 248/2006) “*limitazioni all'apertura di nuovi esercizi commerciali sono astrattamente possibili purché non si fondino su quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite, ossia, in altri termini, sull'apprezzamento autoritativo dell'adeguatezza dell'offerta alla presunta entità della domanda*”. *I principi del Trattato e del nostro ordinamento costituzionale impongono che i poteri pubblici non interferiscano sul libero gioco della concorrenza, astenendosi dallo stabilire inderogabilmente il numero massimo degli esercenti da autorizzare in una determinata area*”.

La disposizione prevista nella L. 248/2006 sembra pertanto limitata al caso di fissazione di soglie predeterminate antitrust mentre non mette in discussione le altre possibili linee di programmazione adottate dalle regioni.

2. Il Quadro Normativo della programmazione commerciale nella Regione Puglia

Il quadro normativo della programmazione commerciale da parte delle Amministrazioni Comunali è stato definito con **Legge Regionale 16 aprile 2015, n. 24 “Codice del Commercio”** (da ora in avanti indicata sinteticamente come “Codice del Commercio”).

La **Legge Regionale 9 aprile 2018, n. 12**, ha aggiornato normativamente il Codice del Commercio alle seguenti norme:

- a) Legge 7 agosto 2015, n. 124 (Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche);
- b) Decreto Legislativo 30 giugno 2016, n. 126 (Attuazione della delega in materia di segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) a norma dell'articolo 5 della legge 7 agosto 2015, n. 124);
- c) Decreto Legislativo 25 novembre 2016, n. 222 (Individuazione di procedimenti oggetto di autorizzazione, segnalazione certificata di inizio di attività (SCIA), silenzio assenso e comunicazione e di definizione dei regimi amministrativi applicabili a determinate attività e procedimenti, ai sensi dell'articolo 5 della legge 7 agosto 2015, n. 124);
- d) Decreto Legislativo 16 dicembre 2016, n. 257 (Disciplina di attuazione della direttiva 2014/94/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, sulla realizzazione di una infrastruttura per i combustibili alternativi).

Con l'aggiornamento normativo del Codice del Commercio, l'Amministrazione regionale ha fornito precise indicazioni per l'elaborazione degli strumenti comunali di programmazione delle attività commerciali.

Gli articoli fondamentali della nuova disciplina regionale del commercio, che regolamentano gli aspetti cruciali della programmazione e della disciplina comunale delle attività commerciali sono i seguenti:

2.1 Ledisposizionigenerali del“Codicedel Commercio” in materia di programmazionedecomunale delle attività commerciali

TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

Capo III Programmazione della rete distributiva

Articolo 12 “Strumenti comunali di programmazione e incentivazione”

1. *I Comuni per l'esercizio delle funzioni di loro competenza, consultate e organizzate di cui all'articolo 3, si dotano attraverso un atto unico o con più provvedimenti fra loro coordinati, del Documento Strategico del Commercio e delle norme previste dal presente articolo.*
2. *Il Documento Strategico del Commercio ha i seguenti contenuti minimi:*
 - a) *un'analisi dello stato del commercio costituita almeno da:*
 - 1) *una quantificazione del fenomeno commerciale comprendente gli esercizi di vicinato suddivisi per settore merceologico, la localizzazione e la classificazione di ciascuna media e grande struttura esistente, la consistenza dei mercati, dei posteggi isolati e delle fiere con relative date e aree di svolgimento, la dotazione di pubblici esercizi, di rivendite di giornali e riviste e dei distributori di carburante;*
 - 2) *la mappatura delle possibilità di insediamento di strutture commerciali e dei distributori di carburante, delle relative condizioni normative e requisiti di insediamento previste dagli strumenti urbanistici vigenti;*
 - b) *una valutazione dei problemi del commercio, con riferimento alle diverse zone del Comune e alle diverse tipologie di attività e dell'adeguatezza delle previsioni di insediamento di medie e grandi strutture di vendita;*
 - c) *l'individuazione delle eventuali aree da sottoporre a misure di incentivazione di cui all'articolo 13;*
 - d) *le linee di intervento per la soluzione delle criticità individuate.*
3. *Il Documento Strategico del Commercio è inviato alla Regione e costituisce elemento di valutazione necessario per la conferenza dei servizi per il rilascio dell'autorizzazione per grandi strutture di vendita. In assenza di tale provvedimento la Regione valuta l'autorizzazione sulla base delle finalità di cui all'articolo 2, dei provvedimenti di cui all'articolo 3 edellenorme generali contenute nella presente legge.*
4. *Il Comune definisce:*
 - a) *i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e le strutture di interesse locale, i parametri per la graduazione e le modalità attuative delle aree urbanisticamente idonee per l'insediamento di medie strutture di vendita e delle strutture di interesse locale. Le previsioni sono articolate secondo i settori merceologici, le tipologie dimensionali e le modalità insediative;*
 - b) *gli strumenti di promozione e sviluppo del commercio definiti all'articolo 13;*
 - c) *le direttive e gli indirizzi per l'insediamento e il funzionamento delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, di rivendite giornali e riviste e di distributori di carburante;*
 - d) *i parametri di sviluppo del commercio su aree pubbliche costituiti da:*
 - 1) *le determinazioni in materia di fiere e mercati che comprendono la creazione di nuove fiere e mercati, il loro trasferimento, modifica e razionalizzazione, il numero e le dimensioni dei posteggi;*
 - 2) *le eventuali determinazioni di carattere merceologico;*
 - 3) *la definizione di eventuali priorità integrate nelle assegnazioni dei posteggi;*
 - 4) *la definizione di disposizioni a favore di consorzi di operatori, compresa la possibilità di affidare ad associazioni di categoria e a loro consorzi, nonché a società ed enti a essi collegati o da loro controllati, mediante apposita convenzione, la gestione dei servizi connessi alle aree mercatali e alle fiere, assicurando il controllo sui livelli del servizio erogato;*
 - 5) *le determinazioni in materia di posteggi per gli operatori appartenenti a categorie particolari di cui all'articolo 30, comma 8, della presente legge e per i produttori agricoli di cui al D.Lgs. 228/2001;*
 - 6) *le determinazioni in materia di commercio in forma itinerante compresa l'individuazione di aree aventi valore archeologico, artistico e ambientale nelle quali l'esercizio del commercio su aree*

- pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari;*
- 7) *la determinazione delle giornate di svolgimento delle fiere e dei mercati con riferimento alla loro eventuale stagionalità, agli orari di vendita, all'eventuale svolgimento nelle giornate festive dei mercati straordinari;*
 - 8) *le determinazioni per il pagamento dei canoni per l'occupazione di aree pubbliche nonché eventuali agevolazioni ed esenzioni in materia di tributi ed entrate;*
- e) *i Comuni emanano inoltre regolamenti per le fiere e i mercati contenenti:*
- 1) *la cartografia dei posteggi con l'indicazione dell'ora numero progressivo edell'eventuale destinazione merceologica;*
 - 2) *le modalità di accesso degli operatori al mercato o fiera e la regolazione della circolazione pedonale e veicolare;*
 - 3) *le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati;*
 - 4) *le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi nelle fiere e agli avventi di diritto;*
 - 5) *le modalità e i divieti da osservarsi nell'esercizio dell'attività di vendita;*
 - 6) *le norme atte a promuovere una maggiore informazione e tutela dei consumatori;*
- f) *per mercati con oltre cinquantaposteggi e per le fiere con oltre centoposteggi è obbligatoria l'approvazione del regolamento di cui alla lettera e).*

Capo IV Strumenti di promozione del commercio

Articolo 13 "Sviluppo e promozione del commercio"

1. *All'interno del Documento Strategico di cui all'articolo 12, comma 2, i Comuni individuano, anche facendo riferimento alla delimitazione degli strumenti urbanistici comunali, le zone del territorio da sottoporre a misure di incentivo e di sostegno al commercio.*
2. *Sono soggetti interessati tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, compresi gli esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande, gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valore storico e tradizionale, operanti all'interno delle aree individuate dal Comune.*
3. *In relazione alle problematiche rilevate il Comune può:*
 - a) *promuovere la creazione di Distretti Urbani del Commercio;*
 - b) *attivare progetti di valorizzazione commerciale;*
 - c) *individuare strumenti di promozione di servizi di prossimità;*
4. *I Distretti Urbani del Commercio prevedono accordi fra Amministrazione Comunale, Associazioni di operatori, Associazioni di categoria maggiormente rappresentative e altri soggetti interessati, volti a sviluppare una gestione coordinata delle aree commerciali in grado di sviluppare sinergie con attività paracommerciali ed extracommerciali, nonché con altre funzioni urbane di natura pubblica e privata.*
5. *I progetti di valorizzazione commerciale sono elaborati d'iniziativa del Comune in accordo con i soggetti pubblici, i privati interessati, le Associazioni del commercio maggiormente rappresentative anche in sede locale, le organizzazioni dei consumatori e sindacali.*
6. *Nell'elaborazione del progetto di valorizzazione commerciale, il Comune esamina le politiche pubbliche riferite all'area, la progettualità privata e l'efficacia degli strumenti normativi e finanziari in atto, al fine del rilancio e della qualificazione dell'area stessa e dell'insieme di attività economiche in essa presenti.*
7. *Il progetto di valorizzazione commerciale può prevedere:*
 - a) *interventi in materia merceologica e qualitativa, anche prevedendo incentivi a marchi di qualità o di produzione regionale;*
 - b) *disposizioni a tutela del patrimonio storico, artistico o ambientale;*
 - c) *misure di agevolazione tributaria e sostegno finanziario;*
 - d) *la realizzazione di opere infrastrutturali, di arredamento urbano e di organizzazione della logistica urbana;*
 - e) *l'attivazione o la modifica di servizi urbani;*
 - f) *il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività o il potenziamento di quelle esistenti anche attraverso l'insediamento di medie strutture di vendita;*
 - g) *l'attuazione di azioni di promozione dell'area;*
 - h) *l'individuazione di una struttura per la gestione coordinata degli interventi sul territorio.*
8. *Il Comune, sulla base del progetto, può inoltre:*
 - a) *incentivare la qualificazione delle attività economiche esistenti o il loro addensamento anche attraverso l'utilizzo della fiscalità locale, la monetizzazione o la ridefinizione dei requisiti urbanistici, facilitando, anche attraverso apposite disposizioni urbanistiche o regolamentari, l'utilizzazione*

- commerciale dei locali degli edifici esistenti, anche dal punto di vista dei requisiti igienico-edilizi;*
- b) vietare i cambi di destinazione d'uso da attività commerciale, artigianale o pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione delle attività.
9. *Nelle aree a rischio di degrado e desertificazione commerciale, i Comuni possono dotarsi di strumenti di promozione di servizi di prossimità, comprendenti la realizzazione di centri polifunzionali di servizio.*
10. *I centri polifunzionali possono prevedere la presenza in unica struttura, o complessi unitari o comunque rientranti entro i limiti delle medie strutture di tipo M1, come definite dall'articolo 16, di:*
- a) *attività di vendita di prodotti vari con valorizzazione delle produzioni agroalimentari e artigianali pugliesi;*
- b) *servizi per la promozione del territorio;*
- c) *attività di pubblico esercizio, di vendita di giornali, di servizi di informazione e telecomunicazione, compresi servizi pubblici e di interesse pubblico da affidare in convenzione.*
11. *I Comuni possono prevedere provvidenze per lo sviluppo dei servizi di prossimità e dei centri polifunzionali sotto forma di semplificazioni, esenzione da tributi e contributi alle attività e provvedono a comunicarne la creazione alla Regione per l'eventuale erogazione di contributi regionali.*
12. *Nell'ambito dei provvedimenti di cui all'articolo 3, la Regione definisce gli adempimenti necessari all'applicazione del presente articolo e le modalità di finanziamento degli interventi.*
13. *La Regione coordina gli interventi di cui al presente articolo con quelli previsti da altre leggi regionali che possono applicarsi ai medesimi progetti, al fine di assicurare le sinergie fra i diversi canali di finanziamento.*

2.2 Ledisposizione del "Codice del Commercio" in materia di commercio in sede fissa

TITOLO II COMMERCIO IN SEDE FISSA

Articolo 16 "Classificazione delle strutture commerciali"

1. *Il presente articolo definisce la classificazione delle strutture commerciali in sede fissa. Nell'ambito dei provvedimenti attuativi di cui all'articolo 3, possono essere determinate specificazioni alle classificazioni, alla loro applicazione, nonché fissati i limiti massimi di superficie di vendita articolandoli per le diverse classificazioni merceologiche anche in funzione di specifici obiettivi di sviluppo.*
2. *La programmazione della rete di vendita viene effettuata sulla base della suddivisione dei settori merceologici alimentare e non alimentare.*
3. *Ai fini della definizione dell'impatto urbanistico e dei relativi standard, il settore non alimentare viene suddiviso in:*
- a) **beni per la persona:** *comprendenti i prodotti non alimentari dei settori commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati, commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati;*
- b) **altri beni a basso impatto urbanistico:** *comprendenti i prodotti non alimentari dei settori commercio di autoveicoli e di autoveicoli leggeri, commercio di altri autoveicoli, commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli, commercio al dettaglio di ferramenta, vernici, vetro piano e materiale elettrico e termoidraulico, limitatamente ai prodotti e materiali termoidraulici, commercio al dettaglio di articoli igienico-sanitari, commercio al dettaglio di materiali da costruzione, ceramiche e piastrelle, commercio al dettaglio di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura, macchine e attrezzature per il giardinaggio, commercio al dettaglio di natanti e accessori;*
- c) **altri beni:** *comprendenti tutti i settori non alimentari non inclusi nelle precedenti lettere a) e b).*
4. *Nel caso in cui siano commercializzati solo i prodotti del settore beni a basso impatto urbanistico, la superficie di vendita dell'esercizio è calcolata nella misura di 1/10 della superficie di vendita come definita all'articolo 4. La disposizione non si applica nelle strutture complesse di centri commerciali, aree commerciali integrate e parchi permanenti attrezzati.*
5. *Le tipologie dimensionali degli esercizi commerciali sono le seguenti:*
- a) **esercizi di vicinato** *con superficie di vendita fino a 250 metri quadrati;*
- b) **medie strutture di vendita** *con superficie di vendita compresa tra 251 e 2.500 metri quadrati così articolate:*
- 1) **M1 Medie Strutture di livello locale** *con superficie di vendita da 251 fino a 600 metri quadrati;*
- 2) **M2 Medie strutture intermedie** *con superficie di vendita da 601 a 1.500 metri quadrati;*
- 3) **M3 Medie strutture attrattive** *con superficie di vendita da 1.501 a 2.500 metri quadrati;*

- c) **Grandi strutture di vendita** con superficie di vendita superiore ai 2.500 metri quadrati articolate:
- 1) **G1 Grandi strutture inferiori** con superficie di vendita da 2.501 a 4.500 metri quadrati;
 - 2) **G2 Grandi strutture superiori** con superficie di vendita maggiore di 4.500 metri quadrati fino a 15.000 metri quadrati.
6. Le modalità insediative degli esercizi commerciali sono le seguenti:
- a) **struttura isolata**: esercizio che non condivide spazi, accessibilità e servizi con altre strutture commerciali;
 - b) **centro commerciale**: costituito da un insieme di più esercizi commerciali inseriti in una struttura a destinazione specifica, ovvero di una struttura architettonica unitaria, che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente la cui superficie di vendita almeno per il 20 per cento è destinata a esercizi di vicinato e/o medie strutture di vendita;
 - c) **area commerciale integrata**: uno spazio unitario, omogeneo e circoscritto che può comprendere più esercizi commerciali di diversa tipologia e dimensione, ivi compresi i centri commerciali, e attività diverse da quelle commerciali, anche insediati in unità edilizie autonome realizzate contestualmente in tempi diversi, dotato di servizi esterni comuni quali parcheggi e percorsi pedonali. L'area commerciale integrata deve essere collocata in ambito extraurbano e può essere attraversata anche da viabilità pubblica con l'esclusione delle seguenti tipologie di viabilità, così come già definite dall'articolo 3 del decreto del Ministro dei lavori pubblici 1° aprile 1968, n. 1404 (Distanze minime a protezione del nastro stradale da osservarsi nella edificazione fuori del perimetro dei centri abitati, di cui all'articolo 19 della legge 6 agosto 1967, n. 765):
 - 1) autostrade;
 - 2) strade di grande comunicazione e di traffico elevato;
 - d) **parco permanente attrezzato**: area con superficie superiore a 20 ettari comprendente strutture stabili per il tempo libero, ricreative, culturali e attività complementari. Il parco permanente attrezzato può includere strutture come definite alle lettere b) e c) a condizione che siano articolate esclusivamente con esercizi di vicinato e medie strutture. La superficie complessiva occupata dalle strutture commerciali non deve essere superiore alla superficie complessiva occupata dagli impianti e dalle attrezzature stabili destinate alle attività ludiche, ricreative e culturali.
7. Le aree commerciali integrate, la cui superficie complessiva di vendita non può comunque superare il limite di superficie di vendita stabilito dai provvedimenti di cui all'articolo 3 devono essere ubicate in aree urbanisticamente idonee e sono così classificate:
- a) **piccole**: ubicate in un'area con superficie territoriale non superiore a 2 ettari;
 - b) **intermedie**: composte da esercizi di qualsiasi dimensione con esclusione delle strutture di tipo G2 del settore alimentare, ubicate in un'area con una superficie territoriale tra 2 e 5 ettari;
 - c) **di interesse provinciale**: composte da esercizi di qualsiasi dimensione e centri commerciali che occupano più di 5 ettari di superficie territoriale.
8. Le aree commerciali integrate di cui alla lettera a) del comma 7 sono programmate dai comuni con i criteri di cui all'articolo 12.
9. Le aree commerciali di cui alle lettere b) e c) del comma 7 devono essere previste nella programmazione regionale e dagli strumenti urbanistici dei Comuni ed autorizzate secondo le modalità previste dai provvedimenti di cui all'articolo 3.
10. Sono definiti di interesse locale i centri commerciali che hanno una superficie di vendita massima di metri quadrati 4.000 e in cui la superficie di un singolo esercizio non è superiore alla categoria M3. e sono programmati dai comuni con i criteri di cui all'articolo 12.
11. Gli insediamenti di cui ai commi 8 e 10, qualora la superficie di vendita totale superi i metri quadrati 2.500, sono comunque grandi strutture di vendita e vengono autorizzate dal comune con le procedure di cui all'articolo 17, comma 7.

Articolo 18 "Pianificazione territoriale e urbanistica degli insediamenti commerciali"

1. I Comuni individuano le aree idonee all'insediamento di strutture commerciali attraverso i propri strumenti urbanistici, in conformità alle finalità di cui all'articolo 2, con particolare riferimento al dimensionamento della funzione commerciale nelle diverse articolazioni previste all'articolo 16.
2. L'insediamento di grandi strutture di vendita e di medie strutture di vendita di tipo M3. è consentito solo in aree idonee sotto il profilo urbanistico e oggetto di piani urbanistici attuativi anche al fine di prevedere le opere di mitigazione ambientale, di miglioramento dell'accessibilità e/o di riduzione dell'impatto socio economico, ritenute necessarie.

Articolo 19 "Dotazione di aree a parcheggio"

1. I Comuni, in sede di formazione degli strumenti urbanistici generali o nella revisione di quelli vigenti, provvedono a definire, previa analisi dello stato di fatto e delle previsioni di nuovi insediamenti commerciali, le dotazioni di aree private destinate a parcheggio oltre quelle di legge statale.
2. La dotazione di aree private destinate a parcheggio è stabilita dai provvedimenti di cui all'articolo 3, tenendo conto della dimensione, del settore merceologico e della tipologia insediativa nonché delle specificità dei centri storici e delle zone urbanizzate.
3. I requisiti relativi alle aree destinate a parcheggio devono sussistere anche a seguito di modifiche della superficie di vendita e del settore merceologico, a qualunque titolo intervenute. Il venire meno di tali requisiti determina la revoca dell'autorizzazione commerciale.
4. Al fine di promuovere l'insediamento di attività commerciali nei centri storici e nelle zone urbanizzate, i provvedimenti di cui all'articolo 3, dettano disposizioni particolari per tali aree in merito alla dotazione di parcheggio.
5. Per gli esercizi di vicinato non sono previste dotazioni di aree private a parcheggio.

A commento dell'articolo 19 relativo alla dotazione di aree di parcheggio, vi è da sottolineare la possibilità di deroga alle disposizioni sopra riportate, così come previsto dall'art. 3 del Regolamento Regionale n. 11 del 10 settembre 2018, che testualmente recita:

1. Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento e alla qualificazione della redistributiva, fermo restando il rispetto degli standard urbanistici di cui al D.M. 1444/68, in caso di accertata carenza della disponibilità dei parcheggi pertinenziali attestata dall'Ufficio comunale competente, è possibile derogare agli standard di cui all'articolo 2, mediante apposita convenzione con l'amministrazione comunale interessata, nei seguenti casi:
 - a) interventi all'interno di progetti di sviluppo e promozione del commercio come definiti dall'articolo 13 della legge. In tale caso la convenzione per gli interventi previsti nelle zone A) (centri storici) e B) (zone urbanizzate) può prevedere la monetizzazione parziale o totale degli standard pertinenziali;
 - b) Interventi all'interno delle aree urbane: nel caso di interventi previsti nei distretti urbani del commercio di cui all'articolo 3, comma 1, lettera k) della legge che per collocazione e tipologia dell'utenza possano far prevedere consistenti quote di accessibilità pedonale o comunque non automobilistica o ovvero nel caso di presenza di funzioni che facciano presumere sinergie nell'utilizzo dei parcheggi, la convenzione può prevedere la seguente riduzione:
 - fino ad un massimo del 50% per le strutture alimentari -miste;
 - fino al 100% per le strutture non alimentari.
 - c) Interventi in locali già dotati di destinazione d'uso commerciale alla data di entrata in vigore del presente regolamento: in tal caso la superficie a parcheggio oggetto di convenzione può essere calcolata con riferimento alla sola superficie di vendita eccedente l'esercizio di vicinato.
 - d) Ampliamenti di medie strutture esistenti ubicate all'interno di centri storici: in tal caso può essere prevista la monetizzazione anche totale del maggior numero di parcheggi dovuti per l'ampliamento di superficie.
 - e) Ampliamenti di medie strutture esistenti ubicate all'interno di aree densamente urbanizzate (zone B): in tal caso può essere prevista la monetizzazione fino ad un massimo del 50%.
2. La convenzione deve essere vincolata affinché gli introiti recuperati con la monetizzazione vengano utilizzati per migliorare la dotazione di parcheggi dell'area, la sua accessibilità, la sua riqualificazione nonché per la realizzazione di opere di arredo urbano.
3. Per le zone pedonaliizzate può essere prevista la deroga per il 100% degli standard.

Si riporta la tabella degli standard a parcheggio, relativi alle medie strutture, previsti dall'art. 2, comma 2 del Regolamento Regionale n. 11 del 10 settembre 2018, pubblicato sul BURP n. 119 del 14.09.2018:

Standard pertinenziali per medie strutture, per ogni mq. di superficie di vendita:

	Mq. 251-600	Mq. 601-1500	Mq. 1501-2500
Alimentare e misto	0,7mq.	1,0mq.	1,5mq.
Beni persona	0,5mq.	0,8mq.	1,0mq.
Altri beni e beni a basso impatto	0,4mq.	0,5mq.	0,8mq.

Articolo 20 "Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale"

1. Nel caso in cui, in aggiunta all'autorizzazione commerciale, siano previsti interventi urbanistico-edilizi per i quali le disposizioni vigenti prevedano la presentazione di Comunicazione di inizio dei lavori (CILA), Segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) o Dichiarazione di inizio attività (DIA), questa è presentata dall'interessato al SUAP competente per territorio unitamente alla domanda di autorizzazione commerciale.
2. Il rilascio dell'autorizzazione commerciale da parte del Comune è subordinato all'avvenuto rilascio dei pertinenti titoli edilizi.
3. L'attività di vendita è esercitata nel rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria igienico-sanitaria, di sicurezza alimentare, dei regolamenti edilizi, delle norme urbanistiche e di sicurezza, nonché di quelle relative alle destinazioni d'uso.

2.3 Le disposizioni del "Codice del Commercio" in materia di vendita della stampa quotidiana e periodica

TITOLO III VENDITA DELLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA

Articolo 22 "Esercizio dell'attività"

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è subordinata ad autorizzazione rilasciata dal comune territorialmente competente nel rispetto dei principi e criteri fissati nei provvedimenti previsti all'articolo 12.

Articolo 23 "Provvedimenti comunali"

1. Il Comune, nell'ambito dei provvedimenti di cui all'articolo 12, definisce le modalità di apertura e trasferimento di sede degli esercizi di vendita della stampa quotidiana e periodica. In particolare il Comune definisce:
 - a) i criteri ed i parametri qualitativi per il mantenimento e lo sviluppo della capacità di servizio della rete distributiva di quotidiani e periodici;
 - b) servizi aggiuntivi che possono essere erogati dalle rivendite anche in convenzione con i Comuni stessi, nell'ambito dell'accoglienza turistica o dei servizi al territorio.

2.4 Le disposizioni del "Codice del Commercio" in materia di commercio su aree pubbliche

TITOLO IV COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

Capo I Norme generali

Articolo 27 "Tipologia delle autorizzazioni"

1. Per quanto riguarda il commercio su aree pubbliche si intendono per:
 - a) **aree pubbliche**: le strade, le piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio e ogni altra area di qualunque natura destinata a uso pubblico;
 - b) **commercio su aree pubbliche**: le attività di vendita di merci al dettaglio e di somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo o su aree private delle quali il comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;
 - c) **posteggio**: la parte di area pubblica o privata di cui il comune abbia la disponibilità che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività commerciale;
 - d) **concessione di posteggio**: l'atto comunale che consente l'utilizzo di un posteggio nell'ambito di un mercato o di una fiera;
 - e) **mercato**: l'area pubblica o privata della quale il comune abbia la disponibilità, composta da più posteggi, attrezzata o meno e destinata all'esercizio dell'attività per uno o più o tutti i giorni della settimana o del mese per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la somministrazione di alimenti e bevande, l'erogazione di pubblici servizi;
 - f) **mercato straordinario**: l'edizione aggiuntiva del mercato che si svolge in giorni diversi e ulteriori rispetto a quelli previsti, senza riassegnazione dei posteggi;
 - g) **fiera**: la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private delle quali il comune abbia la disponibilità di operatori autorizzati a esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività;
 - h) **fiera straordinaria**: la fiera realizzata eccezionalmente in occasione di eventi non ricorrenti;
 - i) **presenza in un mercato**: il numero delle volte che l'operatore si è presentato in tale mercato prescindendo dal fatto che vi abbia potuto o meno svolgere l'attività;
 - j) **presenze effettive in una fiera**: il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato l'attività.

jbis)spunta: l'operazione con la quale, prima dell'orario di vendita, vengono assegnati di volta in volta i posteggi occasionalmente liberi nel mercato, nella fiera e fuori mercato.

2. *Il commercio sulle aree pubbliche può essere esercitato:*

- a) *suposteggi dati in concessione: tipo A;*
- b) *informa itinerante: tipo B.*

3. *In caso di assenza del titolare del titolo abilitativo, l'esercizio dell'attività è consentito ai dipendenti soci e collaboratori a condizione che esibiscano a ogni richiesta degli organi di vigilanza e controllo il titolo abilitativo in originale e l'atto di delega, attestante il rapporto con l'impresa titolare.*

Articolo 28 "Caratteristiche e articolazione merceologica delle manifestazioni"

1. *I Comuni possono prevedere l'articolazione merceologica dei posteggi delle fiere e dei mercati, stabilendo vincoli di esclusiva vendita di determinate categorie di prodotti, indipendentemente dal contenuto dell'autorizzazione, nonché prevedere fiere e mercati specializzati nei quali almeno il 60 per cento dei posteggi siano destinati alla vendita del medesimo prodotto o di prodotti affini.*
2. *Al fine di consentire, nell'ambito dell'Osservatorio regionale del commercio, un monitoraggio sull'andamento del commercio su aree pubbliche, la ripartizione merceologica dei posteggi di cui al comma 1 è effettuata con riferimento alle categorie di prodotti indicate nell'allegato A.*
3. *Al fine di promuovere o valorizzare specifiche tradizioni, produzioni locali tipiche, attività culturali, prodotti di antiquariato o aventi valore storico o artistico, i comuni possono istituire fiere promozionali con la partecipazione degli operatori su aree pubbliche e alle quali possono partecipare anche altri soggetti purché iscritti nel Registro delle imprese o all'Albo artigiani previsto dalla L.R. 24/2013.*
4. *Le disposizioni di cui al titolo IV non si applicano alle grandi manifestazioni fieristiche aventi preminente finalità di promozione su vasta scala e sviluppo di interi comparti e settori economici, alle quali detta qualifica sia espressamente riconosciuta e che risultino inserite nel calendario annuale delle manifestazioni.*

Capo II Programmazione del commercio su aree pubbliche

Articolo 32 "Criteri generali"

1. *Attraverso il documento di cui all'articolo 12 il Comune può istituire nuovi mercati e fiere o vero e proprio provvedere alla loro modifica e soppressione dopo aver prioritariamente valutato:*
 - a) *il riordino, la riqualificazione, il potenziamento e l'ammodernamento di mercati e fiere già esistenti compreso il loro ampliamento dimensionale, in presenza di idonee aree;*
 - b) *l'aumento, ove è possibile, della frequenza di svolgimento delle fiere e mercati, promuovendo, in particolare, anche la creazione di mercati giornalieri.*
2. *In deroga al disposto del comma 1, l'istituzione di nuovi mercati è senz'altro ammessa:*
 - a) *nei Comuni del tutto privi di mercato;*
 - b) *nelle maggiori frazioni e nuclei abitati dei comuni, con almeno mille abitanti, privi di mercato.*

Articolo 33 "Istituzione di nuovi mercati e fiere"

1. *Ai fini dell'individuazione delle aree da destinare a nuovi mercati e fiere, i Comuni tengono conto:*
 - a) *delle previsioni degli strumenti urbanistici, favorendo le zone in espansione o a vocazione turistica;*
 - b) *dell'esigenza di riequilibrio dell'offerta del commercio su aree pubbliche nelle varie parti del territorio, promuovendo in particolare, la presenza di mercati alimentari rionali di quartiere che limitino la necessità di mobilità degli utenti;*
 - c) *delle esigenze di tutela e valorizzazione del patrimonio archeologico, storico, artistico e ambientale;*
 - d) *delle esigenze di sicurezza stradale, con particolare riguardo alla facilità di accesso degli operatori, anche con automezzo, e dei consumatori, favorendo il decongestionamento delle aree problematiche;*
 - e) *delle dotazioni di opere di urbanizzazione primaria e dei necessari servizi pubblici, parcheggi e fermate di autolinee;*
 - f) *delle esigenze di natura igienico-sanitaria e della possibilità di allaccio alle reti elettrica, idrica e fognaria, nonché della necessità di dotare ciascun mercato di servizi igienici in proporzione al numero dei posteggi e all'afflusso dell'utenza;*
 - g) *degli spazi a disposizione, in relazione all'obiettivo di conseguire la dimensione di metri quadrati 32 per posteggio.*
2. *La scelta del giorno e della data di svolgimento di nuove fiere e mercati è effettuata evitando sovrapposizioni con le iniziative dei Comuni contermini.*
3. *Per l'istituzione di fiere promozionali, in relazione al presumibile maggiore afflusso dei consumatori, deve*

tenersi particolare conto delle condizioni di accesso e della presenza di parcheggi.

4. *I Comuni possono istituire fiere e mercati specializzati.*
5. *La Regione nell'ambito dei provvedimenti con le modalità previste all'articolo 3, definisce i criteri di rilascio delle concessioni per mercati e le fiere di nuova istituzione.*

2.5 Le disposizioni del "Codice del Commercio" in materia di esercizi di somministrazione di alimenti e bevande

TITOLO V ESERCIZI DI SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE

Articolo 38 "Tipologia degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande"

1. *Gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono costituiti da un'unica tipologia che comprende la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.*
2. *Gli esercizi di cui al presente articolo hanno facoltà di vendere e trasportare i prodotti oggetto dell'attività.*

Articolo 39 "Apertura, ampliamento e trasferimento degli esercizi"

1. *I Comuni, nell'ambito degli strumenti di cui all'articolo 12, individuano le aree in cui l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di somministrazione degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono soggetti ad autorizzazione e a limitazioni per motivi imperativi di interesse generale. Negli altri casi l'apertura, l'ampliamento e il trasferimento di un'attività di somministrazione è soggetta a SCIA.*
2. *È fatto obbligo a tutti i soggetti che svolgono attività di somministrazione di alimenti e bevande di esercitarla nel rispetto delle vigenti norme, prescrizioni e autorizzazioni in materia edilizia, urbanistica, igienico-sanitaria e di inquinamento acustico, sulla destinazione d'uso dei locali e degli edifici, nonché delle norme in materia di sicurezza e prevenzione incendi e, qualora trattasi di esercizi aperti al pubblico, di sorvegliabilità.*
3. *In caso di esercizi soggetti ad autorizzazione, il rispetto delle disposizioni di cui al comma 2, è richiesto ai fini dell'esercizio dell'attività che rimane precluso in assenza di esso, ma non condiziona il rilascio dell'autorizzazione. Entro centottanta giorni dalla data di rilascio dell'autorizzazione, salvo proroga in caso di comprovata necessità, e comunque prima di dare inizio all'attività di somministrazione, il titolare deve porsi in regola con quanto previsto al comma 2. Il comune accerta l'adeguata sorvegliabilità anche nel caso di locali oggetto di ampliamento o di modifiche strutturali. È fatta salva la possibilità per il comune di prevedere l'obbligo del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, al momento del rilascio dell'autorizzazione.*
4. *Nella SCIA di cui al comma 1, il soggetto interessato dichiara:*
 - a) *di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5;*
 - b) *il rispetto di quanto previsto al comma 2 del presente articolo;*
 - c) *l'ubicazione e la superficie di somministrazione dell'esercizio;*
 - d) *l'impegno al rispetto del CCNL;*
 - e) *la tipologia di attività di somministrazione: bar, ristorante, attività di trattenimento.*

Articolo 40 "Attività non soggette ad autorizzazione"

1. *Sono comunque soggette a SCIA, e non ad autorizzazione, le attività di somministrazione di alimenti e bevande da effettuarsi:*
 - a) *negli esercizi annessi ad alberghi, pensioni, locande o ad altri complessi ricettivi;*
 - b) *negli esercizi nei quali la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande viene effettuata congiuntamente ad attività di spettacolo, trattenimento e svago, in sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, stabilimenti balneari, impianti sportivi, cinema, teatri e altri esercizi similari, nonché in tutti i casi in cui l'attività di somministrazione è esercitata all'interno di strutture di servizio ed è in ogni caso a esse funzionalmente e logisticamente collegata, sempreché alla somministrazione di alimenti e bevande non sia riservata una superficie maggiore rispetto a quella in cui è svolta l'attività cui è funzionalmente e logisticamente collegata. Non costituisce attività di spettacolo, trattenimento e svago la semplice musica di accompagnamento e compagnia;*
 - c) *negli esercizi situati all'interno delle aree di servizio delle strade extraurbane principali e delle autostrade, così come definite dal decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (Nuovo codice della strada) nelle stazioni dei mezzi di trasporto pubblico (ferroviarie, marittime, aeroportuali, auto-stazioni) e sui mezzi di trasporto pubblico;*
 - d) *negli esercizi posti nell'ambito degli impianti stradali di distribuzione carburanti;*
 - e) *nelle mense aziendali, negli spacci annessi ai circoli cooperativi e degli enti a carattere nazionale le*

cui finalità assistenziali sono riconosciute dal Ministero dell'interno e nelle altre attività di somministrazione non aperte al pubblico individuate dai comuni;

f) le attività svolte direttamente, nei limiti dei loro compiti istituzionali e senza finalità di lucro, da ospedali, case di cura, case per esercizi spirituali, asili infantili, scuole, case di riposo, caserme, stabilimenti delle forze dell'ordine, strutture d'accoglienza per immigrati o rifugiati e altre simili strutture di accoglienza o sostegno;

g) nei centri poli-funzionali di cui all'articolo 13;

h) nelle attività svolte in forma temporanea di cui all'articolo 41;

i) al domicilio del consumatore.

2. I contenuti della SCIA sono quelli previsti all'articolo 39, comma 4.

2.6 Ledisposizione del "Codice del Commercio" in materia di rete distributiva dei carburanti

TITOLO VIRETE DISTRIBUTIVA DEI CARBURANTI

Capo I Disposizioni generali

Articolo 44 "Esercizio delle funzioni di parte dei Comuni"

1) I Comuni esercitano le funzioni amministrative concernenti il rilascio delle autorizzazioni per l'installazione e l'esercizio di nuovi impianti, per l'esercizio provvisorio e per l'aggiunta di carburanti in impianti esistenti, nel rispetto del titolo VI e di quanto previsto dai provvedimenti di cui all'articolo 3. Le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego entro novanta giorni dalla data di ricevimento.

2) Il SUAP è competente alla procedura per il rilascio del provvedimento autorizzativo unico (PAU) che deve essere inviato in copia al Servizio regionale competente. L'avvio dell'attività è inoltre subordinata alla presentazione della SCIA prevenzione incendi trasmessa a cura del SUAP.

3) I comuni, entro quindici anni dalla data di autorizzazione o dalla precedente verifica, accertano l' idoneità tecnica degli impianti ai fini della sicurezza sanitaria e ambientale.

Articolo 45 "Tipologie e attività commerciali integrative"

1. I nuovi impianti di distribuzione di carburanti e quelli esistenti, in caso di ristrutturazione totale, devono essere dotati di infrastrutture di ricarica elettrica di potenza elevata almeno veloce, nonché di rifornimento di GNC (gas naturale compresso) o GNL (gas naturale liquido) anche in esclusiva modalità self service, fatta salva la sussistenza delle impossibilità tecniche o oneri economici eccessivi individuati dalle disposizioni statali e qualora localizzati nelle zone svantaggiate individuate dai provvedimenti attuativi di cui all'articolo 3.

2. Tutti gli impianti devono essere dotati dell'apparecchiatura self-service a pagamento.

3. I nuovi impianti, nonché quelli esistenti ristrutturati, possono inoltre essere dotati, oltre che di autonomi servizi all'automobile e all'automobilista, auto lavaggio, auto parking, officine, anche di autonome attività commerciali integrative su superfici non superiori a quelle definite per gli esercizi di vicinato di cui alla presente legge, di attività di somministrazione di alimenti e bevande, di attività artigianali, di rivendite di tabacchi e di punti vendita non esclusivi di stampa quotidiana e periodica. L'esercizio delle rivendite di tabacco è subordinato al rispetto delle norme e delle prescrizioni tecniche che disciplinano lo svolgimento di tali attività presso impianti di distribuzione di carburanti. Qualora sull'impianto sia prevista l'installazione di lavaggio auto, contestualmente alla domanda è presentata anche l'istanza di Autorizzazione unica ambientale (AUA).

4. I provvedimenti di cui all'articolo 3, possono prevedere ulteriori specificazioni in ordine alle attrezzature dell'area di rifornimento, alla dotazione di pensiline di copertura con sistemi idonei all'efficienza energetica e all'utilizzo delle fonti rinnovabili, alla presenza di adeguati servizi igienico-sanitari per gli utenti anche in condizioni di disabilità, di locali necessari al ricovero del gestore, di sistemi di sicurezza pubblica (video sorveglianza), nonché di aree a parcheggio per gli autoveicoli.

Sulla base della normativa regionale sopra dettagliatamente descritta per le parti che afferiscono alla definizione del quadro programmatico del Documento Strategico del Commercio della Città di Martina Franca, possono essere individuate le Linee-Guida del processo di modernizzazione del sistema distributivo locale che dovrà essere finalizzato a:

a) garantire il rispetto delle esigenze dei consumatori;

b) assicurare garanzie di concorrenzialità tra le diverse forme distributive in termini dimensionali;

c) mantenere un'aperta presenza di diffusa e qualificata del servizio commerciale di prossimità;

d) promuovere l'equilibrato sviluppo delle medie strutture di vendita nelle diverse porzioni del

territorio comunale;

- e) svolgere una funzione di tutela delle piccole e medie strutture già esistenti, stante il loro grado di radicamento sul territorio comunale ed il ruolo svolto ai fini di uno sviluppo occupazionale di manodopera locale.

La programmazione della rete distributiva del Comune di Martina Franca, oltre al rispetto delle previsioni legislative e regolamentari, vuole costituire l'approccio ad una nuova strategia di governo del settore che, innestandosi nel solco della crescente consapevolezza che promuovere il commercio – e più in generale il contenuto di servizio – può attivare risorse pubbliche e private in grado di sostenere la rivitalizzazione della rete esistente e la valorizzazione degli ambiti urbani.

3. Il rispetto degli aspetti normativi e il perseguimento degli obiettivi di sviluppo

La pianificazione commerciale persegue l'obiettivo di favorire la razionalizzazione della rete commerciale, definendo l'equilibrio distributivo tra le esigenze della domanda e dell'offerta.

Da un lato è necessario soddisfare tre fondamentali esigenze dei consumatori che corrispondono a:

- a) assicurare la presenza sul mercato di tutti i beni per i quali si ha volontà di consumo;
- b) garantire l'accessibilità del territorio, cioè disporre di una ottimale dislocazione degli esercizi di vendita, assicurando in tal modo un'adeguata dotazione di servizio al consumatore;
- c) definire la flessibilità dell'offerta di beni, ipotizzando immediate trasformazioni dell'offerta quando queste si rendano necessarie o comunque richieste dal consumatore.

La struttura destinata a soddisfare la domanda, ossia la rete del commercio al dettaglio, deve di converso temperare le esigenze sopra elencate con le proprie, che possono essere così riepilogate:

- economicità dell'impresa, cioè che i ricavi siano superiori ai costi;
- individuazione di un bacino di utenza che configuri un determinato assetto della domanda;
- massima resa del capitale di rischio, come possibilità di ammortamento dell'investimento in un maggiore periodo di tempo.

Un corretto rapporto tra domanda ed offerta implica il conseguimento di un equilibrio tra tutte le diverse, e a volte contrapposte, esigenze. Al contrario, la mancanza di tale equilibrio può indurre disordine nel sistema, producendo diseconomie.

In ogni caso, una rete distributiva di beni di consumo si presenta come un sistema ad alta complessità, con un elevato numero di variabili, in cui è possibile indurre disordine anche con interventi di rilevanza minima.

Per queste ragioni, gli obiettivi che si devono conseguire nella pianificazione della rete distributiva possono essere sintetizzati in:

1. miglioramento della produttività e della funzionalità del servizio di distribuzione di beni di consumo alimentari e non, assicurando il maggior equilibrio possibile tra rete commerciale e domanda dei consumatori. Tale equilibrio può essere identificato dall'indicatore "**Indice di Servizio al consumatore (IS)**", espresso dal rapporto Mq./1000 abitanti per ogni tipologia merceologica e dimensionale degli esercizi commerciali delle varie porzioni di territorio prese in esame (scala sovracomunale; scala cittadina; scala di porzioni di territorio della città, ecc.).
2. miglioramento dell'accessibilità e della prossimità al punto vendita da parte del consumatore, assicurando la maggiore e più equilibrata distribuzione possibile di punti vendita sul territorio. Tale equilibrio è identificato dall'indicatore "**Indice Distribuzione (ID)**", espresso dal rapporto tra il numero dei punti di vendita e la popolazione dell'area presa in considerazione (N.PDV/1000 abitanti).
3. conseguire una razionalizzazione ed un progressivo ammodernamento degli esercizi che compongono la rete distributiva. Tale risultato può essere espresso dall'indicatore "**Indice di Equilibrio commerciale (IE)**" che è dato dal rapporto tra la sommatoria delle superfici di vendita degli esercizi di vicinato e quella delle superfici di vendita delle medie e grandi strutture di vendita, all'interno della scala territoriale presa in considerazione;
4. equilibrare la presenza degli esercizi con l'assetto urbanistico e territoriale previsto dalle normative e dagli strumenti urbanistici, nonché con i flussi di traffico e con le gravitazioni della

popolazione non residente. Tale risultato può essere espresso dagli indicatori di “**Indice Copertura Territoriale (ICT)**”, fornito dal rapporto tra metri quadrati di vendita ed estensione territoriale dell’area in esame (MQV/KMQ) e dall’indicatore “**Indice Densità Territoriale (IDT)**”, esplicitato dal rapporto tra il numero di esercizi e l’ampiezza dell’area presa in considerazione (N.PDV/MQV).

Per impostare una corretta pianificazione, fondata sui criteri sopra descritti, occorre quindi definire un approfondito studio della realtà esistente, centrando l’indagine sui principali fattori di influenza sulla struttura commerciale:

- a) il territorio, ossia urbanistica e viabilità, flussi di traffico, bacini di utenza, sacche di evasione e possibili gravitazioni;
- b) la popolazione, ossia la componente residente e fluttuante, i trend demografici rilevati nel tempo, le classi di età dei componenti l’universo della domanda;
- c) la consistenza della rete esistente, ossia il numero di esercizi, le tipologie di esercizio attivate, le superficie di vendita;

Sulla base di tali dati si può procedere alla fase di programmazione, determinando tutti i parametri richiesti dal dettato legislativo.

Nella valutazione economica quantitativa e qualitativa dell’attuale rete distributiva presente nel Comune di Martina Franca viene adottato un modello di analisi della rete commerciale nelle sue complesse relazioni economico-spaziali, che permette di configurare una mappatura del territorio in relazione all’evoluzione del quadro conoscitivo, dell’andamento demografico, delle economie e delle variabili esterne utili ad integrare il quadro conoscitivo delle potenzialità del mercato locale.

Questa valutazione viene peraltro perseguita ordinando gli attuali insediamenti commerciali secondo la nuova classificazione tipologica prevista dalla legislazione regionale, distinguendogli esercizi del settore alimentare e misto da quelli del settore non alimentare.

Capitolo 2

Analisi del territorio comunale di Martina Franca

1. Le principali caratteristiche del territorio comunale

Martina Franca è un comune di 47.067 abitanti in provincia di Taranto. Il suo territorio si estende per 298,72 kmq., con una densità abitativa di 157,56 abitanti per kmq.

Situata in Valle d'Itria, a ridosso delle province di Bari e Brindisi, Martina Franca confina con i comuni di Alberobello (BA), Ceglie Messapica (BR), Cisternino (BR), Crispiano, Massafra, Mottola, Locorotondo (BA), Ostuni (BR), Villa Castelli (BR), Grottaglie e Noci (BA).

Al suo territorio comunale fanno capo le frazioni di Baratta, Capitolo, Cappuccini, Carpari, Gemma, Infarinata, Lamia Vecchia, Madonna dell'Arco, Monte Fellone, Monte Ilario, Montetulio, Monti del Duca, Motolese, Nigri, Ortolini, Papadomenico, Pergolo, Pianelle, San Paolo e Specchia Tarantina.

1.1 La storia

Nell’attuale territorio di Martina Franca numerosi reperti archeologici attestano significative tracce della presenza antropica già nel periodo preistorico, quando piccole comunità di cacciatori e/o di pastori si insediarono nelle numerosissime cavità carsiche e, in particolare, in quelle ubicate sul limite meridionale del territorio comunale: Gravina del Vuolo, Gravina delle Voccole, Grotta della Breccia, Grotta Parco della Vigna, Grotta di Monte Fellone.

Allo stato attuale delle ricerche, lo studio della frequentazione antropica del territorio è basato essenzialmente sull’analisi di fonti storiche e su ricognizioni di superficie, effettuate da studiosi locali e non, che permettono di identificare una distribuzione di attestazioni dall’VIII secolo a.C. al X

d) C. in piccoli insediamenti sparsi nell’agro.

L’attuale area di Masseria Badessa Vecchia, in antico Sisignano, è l’unica zona che è stata interessata da saggi archeologici stratigrafici, condotti dalla Soprintendenza Archeologica di

Taranto alla fine del secolo scorso.

Tali indagini hanno attestato una frequentazione continua del sito dall'Età del Bronzo sino all'Alto Medioevo, ossia la presenza di un villaggio indigeno fortificato, forse circondato da una doppia cinta di mura, all'estremo limite settentrionale della *chora* tarantina, in posizione rilevante rispetto all'ipotetico tracciato della via istmica che portava da Taranto a Egnazia.

L'antica frequentazione antropica del territorio di Martina Franca è confermata, inoltre, dall'esistenza di una grotta cultuale detta di Santa Maria d'Itria, officiata da monaci basiliani di rito greco dipendenti dal Monastero di San Nicola di Casole presso Otranto, fondato nel 1099.

In Età Moderna da questa grancia, poi Convento e Chiesa di Santa Maria d'Itria dei Frati Cappuccini, è derivata la denominazione della Valle d'Itria, ossia la vallecchia carsica che s'estende nel territorio di confine degli attuali comuni di Martina Franca, di Cisternino e di Locorotondo.

Il centro urbano di Martina Franca si erge in posizione dominante su detta valle, a 431 metri sul livello del mare, dalla quale si può ammirare la terra rossa della Murgia dei Trulli, punteggiata da decine di migliaia di trulli, da sontuose masserie di antica vocazione agro-silvo-pastorale e dal sinuoso e ordinato reticolo di muretti a secco.

Il documento più antico che attesta la presenza di un centro demico nel Medioevo, invece, è l'*Instrumentum executionis mandati regii* del 15 luglio 1260.

Nel rogito è rilevato, tra i numerosi toponimi di confine, il *Castrum Martinae*, verosimilmente un'installazione militare, forse una torre con fortificazioni essenziali, giacente in territorio di Taranto, città fedele a Manfredi; il *castrum* insisteva su un'altura dominante la Valle d'Itria, ricadente quasi interamente in territorio di Monopoli.

L'*Instrumentum executionis mandati regii*, pubblicato per la prima volta nel 1979 dallo studioso di Castellana-Grotte Marco Lanera (1930-2002) e poi riproposto e commentato per quel che riguarda Martina Franca dallo storico Giovanni Liuzzi nel 1990, costituisce un punto fermo per comprendere l'evoluzione insediativa, malgrado non pochi ricercatori tradizionalisti si ostinino ancora a ignorare quest'essenziale documento.

Tale area doveva occupare una piccola porzione dell'attuale centro storico di Martina Franca, ossia i rioni Montedoro e Curdunnidde; quest'ultimo lemma, infatti, è la moderna denominazione dialettale *castrum vetus*, contrapposto al *castrum novum*, ossia il torrione eretto nel 1388 da Raimondo del Balzo Orsini (1399-1406), futuro principe di Taranto (1399-1406), poi abbattuto nel 1668 per far posto al Palazzo Ducale, il cui spiazzo antistante fino a qualche decennio fa era indicato come "*Sope u Castidde*".

Il centro demico, dunque, esisteva e aveva già una propria autonomia amministrativa, ossia un organismo rappresentativo, l'*Universitas civium*, quando il 12 agosto 1310 il principe di Taranto Filippo I d'Angiò (1294-1331) emanò il privilegio con il quale riconobbe istituzionalmente nel proprio Stato feudale della Puglia centro-meridionale il Casale della Franca Martina, equidistante dall'Adriatico e dallo Ionio.

Il 15 agosto 1310, inoltre, Filippo d'Angiò emanò un altro privilegio, con il quale assicurò agli stessi abitanti che non sarebbero mai stati obbligati a pagare ai baglivi delle terre di Ostuni, di Mottola e di Massafra il diritto della fida per il pascolo e per abbeverare il loro bestiame nei territori demaniali di quelle città.

Qualche anno più tardi il casale si popolò di genti diverse, attratte dalla gratuità dei pascoli, situazione attestata da un'azione giudiziaria intentata nel 1315 dall'Università di Monopoli per l'abusiva occupazione del proprio territorio da parte dei martinesi.

Questo fenomeno indusse Filippo d'Angiò a concedere agli abitanti di Martina un terzo e più importante privilegio, assegnando il 15 gennaio 1317 un territorio circolare intorno al centro urbano di due miglia circa (Km 3,7) e di esteso 4.278 ettari, detto distretto, che per un quarto venne sottratto al territorio di Monopoli e per il rimanente a quello di Ostuni e di Taranto.

Si trattò di una concessione estremamente importante, perché in età feudale davvero poche comunità di recente formazione ottennero un proprio territorio amministrativo.

Nell'area, concessa in allodio (proprietà privata), qualsiasi martinese, residente nel Casale, veniva autorizzato a costruire abitazioni rurali, a piantare vigne, a realizzare orti (giardini), a scavare cisterne e a tracciare strade interpoderali, senza essere soggetti all'imposizione di tasse di natura feudale.

Un'ulteriore concessione, infine, venne accordata dal principe di Taranto Roberto d'Angiò (1343-1364) con privilegio del 15 aprile 1359, con il quale i martinesi ottennero un vastissimo territorio, sottratto ai demani di Taranto, di Monopoli, di Ostuni, di Mottola e di Ceglie, giuridicamente assegnato in piena e libera disponibilità al feudatario Pietro di Tocco (1352-1364) e a tutti i cittadini.

Il territorio di Martina, quindi, passò dai 43 chilometri quadrati del distretto a circa 450, anche se dopo poco tempo, venne decurtato e ridotto alle dimensioni attuali, circa 300 chilometri quadrati.

L'insediamento conservò il toponimo fino al 1374, anno in cui venne ricordato come Terradi

Martina, ossia un centro urbanodelimitato da unacintamurariacontorrieconquattroporte, circondata da ampi fossati antemurali.

Per quasi cinque secoli la città venne sempre indicata come Martina in tutti i documenti che la riguardavano, compresi quelli dell'Università (Comune) e quelli dei vari signori che la tennero in feudo ma, compiuta l'unità nazionale, con regio decreto del 14 febbraio 1864, il Comune di Martina fu autorizzato ad assumere la denominazione di Martina Franca per distinguerlo da un omonimo paese ligure, che venne per questo denominato Martina Olba e, poi, Urbe nel 1929.

Gli amministratori comunali post-unitari adottarono surrettiziamente il predicato nominale Franca in ricordo delle esenzioni fiscali concesse dai dinasti angioini alla città.

Nella lingua del popolo, però, il toponimo ufficiale non ha mai avuto successo, tant'è che anche gli abitanti dei comuni limitrofi indicano il comune esclusivamente come Martina.

A partire dalla metà del XV secolo ebbe inizio un processo di costante trasformazione del territorio, che, per certi versi, continua ancora oggi, anche se ha assunto tendenze diverse a seguito del mutare degli indirizzi economici.

Della città angioina-aragonese sopravvivono pochissime vestigia: il campanile romanico-gotico della Collegiata di San Martino, forse eretto su una medievale torre confinaria e capitozzata alla fine del Settecento; la navata destra della Chiesa di Sant'Antonio da Padova, originariamente dedicata a Santo Stefano, con tozze colonne dai capitelli ornati da protomi leonine e da foglie di acanto, nella quale alla fine degli anni Settanta del secolo scorso sono venuti alla luce affreschi e sinopie, databili ai primissimi anni del Cinquecento.

Il 3 gennaio 1507 Martina fu assegnata in feudo, per la prima volta con il titolo di ducato, a Petracone III Caracciolo (1507-1522), conte di Buccino, e i suoi discendenti l'ebbero come ducato ininterrottamente fino all'eversione della feudalità (1806).

A partire dalla seconda metà del XVII secolo la storia politica e sociale di Martina s'intreccia, dunque, con le vicende della famiglia dei Caracciolo del Leone, determinando, così, una trasformazione culturale e urbanistica: nel 1668, come s'è detto, Petracone V (1655-1704) fece radere al suolo il citato castello-torrione feudale, ormai fatiscente, per erigervi il monumentale Palazzo Ducale.

L'imponente edificio è l'espressione tangibile del potere feudale sulla città, nonché esempio di un'architettura di gusto barocco-manierista, ancora legata a motivi tardo rinascimentali, presente in altri monumenti del centro storico: la Porta di Santa Maria, la Chiesa delle Agostiniane Eremitane, la Chiesa del Monte Purgatorio, la Chiesa di San Francesco da Paola e la Chiesa di San Francesco d'Assisi.

L'azione politica dei Caracciolo e la costruzione della dimora ducale avviò nei decenni successive notevoli iniziative di trasformazioni socio-culturali che si manifestarono, anche, con la presenza di maestranze e di artigiani specializzati nella lavorazione della pietra, maestri della polvere bianca,

impegnati nella realizzazione e nella decorazione di residenze religiose e civili di gusto rococò, tendenza che ebbe importanti riflessi artistici anche nella scultura, nella pittura e nelle arti minori. Sbrigati

ricami di pietra dai motivi geometrici, zoomorfi, vegetali e antropomorfi impreziosiscono le finestre, i portali, le architravi, degli edifici che caratterizzano il tessuto urbanistico della città settecentesca, percepibile sia nei palazzi signorili, che si dispongono soprattutto su Via Cavoure Via Mazzini, quanto nelle modeste abitazioni e nei edifici civili (Torre Civica, Palazzo dell'Università, Porta di Santo Stefano) e religiosi (Collegiata di San Martino, Chiesa del Carmine, Chiesa di San Domenico).

Il centro storico è, quindi, l'espressione di una dimensione spazio-temporale miracolosamente intatta: un continuo e fantasioso intrico di viuzze, di vicoli, di *'nghiostre*, di ripide scale di pietra ed eleganti porte e finestre, specchio del dinamismo e del pragmatismo socio-economico degli abitanti, i quali nel corso dei secoli hanno mutato il borgo medievale, poi rinascimentale, per trasformarlo con leziosi decorativismi rococò nell'espressione più alta della cultura cittadina.

1.2 Le principali testimonianze storiche, monumentali e culturali

Architetture religiose

Basilica minore di San Martino

Eretta nella seconda metà del Settecento, su iniziativa dell'arciprete Isidoro Chirulli, sul luogo ove sorgeva la precedente collegiata romanica, è un esempio del barocco martinese. Si caratterizza per la maestosa facciata, sulla quale spicca centralmente l'immagine del Patrono che divide il mantello con un mendicante ad Amiens. Nell'interno degni di nota sono l'altare maggiore in marmo policromi del 1773 di scuola napoletana, l'ampio cappellone del Santissimo Sacramento, un presepe opera di Stefano da Putignano e varie tele di Domenico Antonio Carella. Ospita le reliquie di Santa Comasia, che la tradizione vuole martire tra il II e il IV secolo e di Santa Martina.

Nell'aprile del 1998 papa Giovanni Paolo III l'ha elevata all' dignità di basilica minore. Dal 20 dicembre 2015 all'11 novembre 2016 è stata chiesa giubilare.

La particolarità di questa chiesa consiste nel fatto che nella parte destra ci siano statue, mentre la parte sinistra sia ornata esclusivamente da dipinti. Ci sono anche una statua della Madonna dell'Ausiliatrice e un Gesù Flagellato alla Colonna del 1622.

Altre chiese

- **Chiesa di San Domenico**, eretta tra il 1746 e il 1750 su una preesistente costruzione romanica dedicata a San Pietro, in elegante stile barocco.
- **Chiesa della Beata Vergine del Carmelo** o del Carmine. Al Padre Carmelitano Pier Tommaso Carbotti si deve la promozione del progetto di costruzione della chiesa del Carmine, di cui il 25 marzo 1730 venne posta la prima pietra, conclusa nel 1758 in elegante stile barocco. La chiesa si trova al di fuori delle mura della città. Conserva una pregiata statua policroma (Santa Maria della Misericordia) attribuita a Stefano da Putignano.
- **Chiesa di Sant'Antonio da Padova**, anticamente dedicata a Santo Stefano, fu edificata dai Francescani Osservanti nel XV secolo. La facciata è stata rifatta in stile neoclassico nel 1835. L'interno conserva due sculture rinascimentali di Stefano da Putignano: Santo Stefano e Sant'Antonio da Padova. Il chiostro conserva affreschi settecenteschi.
- **Chiesa di Sant'Antonio ai Cappuccini**, fu costruita nel XVI secolo sull'antica grancia dei monaci basiliani. La chiesa all'interno conserva dei bellissimi altari ebanistici, oltre all'antico affresco della Madonna dell'Odegitria (da cui deriva il nome della Valle d'Itria) e molte tele datate fra il Seicento e il Settecento. Nei locali del vecchio convento ha sede la fondazione di San Girolamo Emiliani - Villaggio del Fanciullo, aiuto per ragazzi con problemi familiari.
- **Chiesa di San Francesco da Paola**, risale ai primi del Seicento e fu realizzata dai minimi su una precedente cappella cinquecentesca della Madonna di Costantinopoli, di cui tuttora conserva una tela in fondo alla navata di sinistra. Adiacente alla chiesa vi è il convento cosiddetto dei Paolotti in cui visse all'inizio del Seicento padre Bonaventura Gaona, morto e sepolto a Roma (in Sant'Andrea delle Fratte) in concetto di santità.
- **Chiesa di San Francesco d'Assisi**, costruita tra il XVII e il XVIII secolo dai frati minori conventuali. All'interno conserva otto altari laterali in barocco leccese, unici nel loro genere a Martina e organizza dal 1716 la processione dei Misteri la sera del Venerdì Santo e la sera del Giovedì Santo la processione dell'Addolorata.
- **Chiesa di San Giovanni dei Greci**, ha conservato l'originale struttura interna medievale con aula rettangolare, solo la facciata è stata rifatta in età barocca quando fu creato il secondo piano superiore.
- **Chiesa di San Pietro dei Greci**, la struttura tardo quattrocentesca conserva la tipica copertura del tetto a pignon con le chiancarelle e il campanile a vela sull'ingresso laterale.
- **Chiesa di San Nicola in Montedoro**, è tra le chiese più antiche di Martina, l'interno è

completamente affrescato.

- **Chiesa di San Vito**, situata nel centro storico tra via Ignazio Ciaia e via Mazzini, poco distante dalla cosiddetta "discesa dei mulini" e dalla Porta San Nicola, la chiesa di San Vito è uno degli edifici più antichi della città. La sua costruzione si colloca tra la fine del XIII secolo e gli inizi del secolo successivo. Imponente e austera, la facciata è decorata a bugnato e termina in un campanile a vela con tre archetti a tutto sesto risalenti al XV secolo. Il portale, dalle linee semplici e armoniche, è sormontato da una piccola monofora che consente l'illuminazione dell'interno. La navata unica, perpendicolare rispetto all'ingresso principale, è stata interamente ridecorata in chiave barocca nel corso del '700.
- **Chiesa dell'Annunziata**, è un'antica chiesetta rettangolare fuori le mura che accoglie l'Arciconfraternita del Monte Carmelo e un Museo che conserva testimonianze significative del sodalizio religioso.
- **Chiesa della Provvidenza**, anche questa è una semplice chiesetta che sorge sull'antica via che un tempo conduceva in Valle d'Itria. Il tetto è a pignon con un campanile a vela e l'interno conserva delle tempere.
- **Chiesa dello Spirito Santo**, si tratta di una piccola chiesa a ridosso della Valle d'Itria con copertura di chiancarelle, risale al XVI secolo e l'interno presenta affreschi nella zona presbiteriale.
- **Chiesa di San Donato**, risalente al XVI secolo, è una piccola chiesa nella Valle d'Itria con tetto a pignon ma oggi è completamente abbandonata.
- **Chiesa di Cristo Re**, risalente al 1961, è una delle chiese più moderne di Martina Franca.
- **Parrocchia della Santa Famiglia**, edificata tra il 1978 e il 1982. Di particolare rilievo il mosaico bizantino a cura di Guido Veroi, medaglista e scultore.
- **Chiesa di San Michele Arcangelo**, eretta intorno al '700 vicino alla grotta degli eremiti che ospita al suo interno una statua in pietra del santo titolare.
- **Chiesa della Madonna di Loreto**. Impreziosita da una Deposizione del 1894 e da una struttura esterna caratterizzata dalla presenza di deliziose statuette, angeli e santi, edificata nel sec. XVI custodisce al suo interno alcuni dipinti realizzati dal Carella.
- **Chiesa di S. Irene e Cristo Spirante**, situata nella contrada di Carpari

Architetture civili

Palazzo Ducale

Il seicentesco Palazzo Ducale è situato in piazza Roma. Iniziato nella seconda metà del Seicento per volontà del duca Petracone Caracciolo, in esso l'elemento rinascimentale si incrocia con il barocco d'ispirazione leccese e l'impronta architettonica locale. Un tempo residenza dei duchi Caracciolo, è sede del Municipio. Notevoli all'interno le sale dell'Arcadia, del Mito e della Bibbia, che prendono il nome dai cicli di affreschi in esse ospitati, tutte opere del pittore francavillese Domenico Carella che le eseguì nel 1776.

Palazzi signorili

Sono di seguito riportati i palazzi signorili più significativi dal punto di vista storico e artistico di Martina. Ogni palazzo è riportato con la denominazione storica originaria, ossia della famiglia che lo ha fatto costruire e a seguire il nome delle famiglie che nel corso dei secoli sono subentrate per ragioni di eredità o di acquisto dell'immobile.

- **Palazzo Nardelli**, già Martucci, in bella posizione nella piazza Roma, contraddistinto dalle lesene che racchiudono le finestre simmetricamente disposte nelle bianche campiture della facciata.
- **Palazzo Barnaba**, altra denominazione Marturano, eretto nel 1719 dal conte Barnaba, spicca per le due balconate in pietra che definiscono la facciata.

- **Palazzo del cavalier Semeraro**, eretto nel 1733, si impone per il portale di ingresso con doppia cornice in bugnato.
- **Palazzo Delfini**, innalzato nel 1776, come indica chiaramente l'epigrafe sul portale, che riporta anche il simbolo araldico della famiglia: un delfino.
- **Palazzo Ancona**, è fra i palazzi più belli di Martina, per via delle due cariatidi laterali e del mascherone apotropaico centrale.
- **Palazzo Carucci**, altra denominazione Fighera, eretto nel 1777 si caratterizza per il mascherone apotropaico.
- **Palazzo Magli**, altra denominazione Ruggeri poi Barnaba e Caroli, eretto nel 1759, come riporta l'elegante cartiglio collocato sul portale rococò.
- **Palazzo Marinosci**, eretto nel 1744, del quale si segnalano le balconate con le collanine sagomate e la lapide di Martino Marinosci, botanico martinese dell'Ottocento.
- **Palazzo Blasi**, altra denominazione Gioia e Chiarelli, costruito nel 1774, si distingue per le balconate spanciate in ferro battuto.
- **Palazzo Torricella**, già Fanelli, edificato nel 1749 da Ambrogio Fanelli, notevole per le variegata forme dei balconcini laterali.
- **Palazzo Turnone**, poi diventato Conservatorio di Santa Maria della Misericordia, edificato intorno alla fine del XV secolo o alla prima metà del XVI, fu probabilmente una delle prime residenze signorili della città (trovandosi peraltro nel cosiddetto Curdunnidde, arcaico complesso abitativo del centro storico risalente al tempo degli Angioini). Fu l'antica dimora della famiglia Turnone, della quale, con la sua imponente estensione, testimoniava il notevole prestigio sociale ed economico. Nei primi anni del XVIII secolo don Giovanni Turnone (1634- 1715), abate e canonico della collegiata di San Martino, lo donò alla duchessa Aurelia Imperiali (moglie di Petraccone V Caracciolo), che lo trasformò in un complesso monastico ancora esistente ed operante.
- **Palazzo Magli**, altra denominazione Blasi, ora Palazzo Lella, edificato nel 1748 su una precedente casa a corte del Cinquecento.
- **Palazzo Motolese**, poi Marinosci, edificato nel 1778, è coronato superiormente da una balconata di colonnine sagomate.
- **Palazzo Maggi**, è caratterizzato da un'aria veranda superiore.
- **Casa a corte Le Marangi**, fondata nel 1735, si sviluppa attorno ad un cortile interno (inchiostro).
- **Ex-ospedaletto**, edificato nel 1783 grazie alle rendite del canonico Michelangelo Cappellari.
- **Palazzo dell'Università**, detto anche della corte, sede dell'Associazione Artigiana e della Biblioteca Popolare prof. Michelangelo Semeraro. Eretto fra il 1759 e il 1762, era la sede del Parlamento locale, infatti la facciata reca lo stemma della città: un cavallo sbrigliato.
- **Palazzo Stabile**, l'edificio del Settecento si differenzia per le due ampie verande che delimitano il prospetto frontale.
- **Palazzo Paolo Marino Motolese**, la parte sottostante fu realizzata nel 1716, mentre i piani superiori furono aggiunti nel 1758.
- **Palazzo Motolese**, è dotato di due ingressi, quello principale in via Principe Umberto reca la data di fondazione 1775.
- **Palazzo Blasi**, già Magli, ricostruito nel Settecento su una precedente struttura del Cinquecento; significativo è il mascherone apotropaico in legno del portone.
- **Palazzo Casavola**, altra denominazione Ancona, è un tipico palazzetto settecentesco con raffinate modanature del portale e delle finestre.
- **Palazzo Recupero**, altra denominazione Magno -Cofano (Salotto Culturale di Teresa Gentile), la mole dell'imponente palazzo tardo-settecentesco si caratterizza per il colore rosso pompeiano.

Are naturali

La Valled'Itria e i trulli

La Valle d'Itria è una ricchezza artistica e naturale per il territorio di Martina Franca ed è per questo anche la meta principale dei turisti. Da ricordare sono i caratteristici muretti a secco, i trulli (in martinese casedde), costruiti durante i periodi di civilizzazione contadina fuori dalla zona urbana, a differenza di quanto avviene ad Alberobello, dove sono situati all'interno del paese.

Negli ultimi quarant'anni l'abusivismo edilizio ha cancellato diverse peculiarità del territorio (come le numerose mulattiere) e ha contribuito alla compromissione della flora e della fauna locale.










Riserva Naturale Regionale Orientata Bosco delle Pianelle

Lungolastrada provinciale n. 581 Martina-Massafra, sorgela Riserva Naturale Regionale Orientata Bosco delle Pianelle, istituita dalla Regione Puglia con Legge 23 dicembre 2002, n. 27.

Si tratta di un'area boschiva adagiata lungo i versanti della Gravina delle Pianelle, la cui vegetazione dominante è costituita da lecceta d'alto fusto, macchia mediterranea e querceto (fragno e roverella).

1.2 Il profilo urbanistico del Comune di Martina Franca

Il Piano Regolatore Generale di Martina Franca è stato definitivamente approvato con Delibera Giunta Regionale N.° 1501 del 05.03.1984 e prevede la ripartizione del territorio comunale in zone urbanistiche. Per ovviare alle ambiguità verificatesi nel corso degli anni a causa della classificazione del PRG vigente non conforme alla legislazione nazionale, nel D.P.P. adottato con D.C.C. n. 102 dell'11/03/2015 si è ritenuto opportuno trasporre la zonizzazione prevista dallo strumento urbanistico vigente e relative varianti secondo i criteri previsti dal DM 1444/68 che di seguito si richiamano:

	Zona A	Zona A - Zona di risanamento e restauro conservativo
	Zona B1	Zona B - Zona di ristrutturazione edilizia
	Zona B2	Zona C - Completamento dei nuovi quartieri in costruzione
	Zona C1	Zona E1 - Zona di espansione semintensiva
	Zona C2	Zona E2 - Zona per edilizia popolare ed economica
	Zona C3	Zona E3 - Zona di espansione, case isolate
	Zona C4	Zona E4 - Zona di espansione estensiva, case isolate
	Zona D	Zona L - Zona industriale
	Zona F	Zona H1 - Verde pubblico
		Zona S - Attrezzature collettive
	Vincoli di PRG verde privato	Zona H2 - Verde privato
	Vincoli di PRG parcheggi	Parcheggi
	Zona E1	Zona F1 - Zona agricola valle d'Itria e zona agricola speciale
	Zona E2	Zona F2/1 - Propriamente agricola
	Zona E3	Zona F2/2 - Zona Agricola Residenziale
	Zona E4	Zona F2/3 - Boschi

La trasposizione è stata effettuata col solo intento di rendere uniforme il Piano Regolatore Generale di Martina Franca alla normativa nazionale, prestando comunque la massima attenzione a non alterare minimamente il regime d'uso dei suoli vigenti e i caratteri propri di ciascuna zona omogenea, che sono rimasti del tutto invariati.

Dopo aver effettuato la trasposizione della zonizzazione prevista dallo strumento urbanistico vigente secondo i criteri previsti dal DM 1444/68, le zone urbanistiche del territorio di Martina Franca sono così individuate:

ZonaA-	Zonadirisanamentoerestauroconservativo
--------	--

Le parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono carattere storico, artistico o di particolare pregio ambientale o da porzioni di essi, comprese le aree circostanti, che possono considerarsi parte integrante, per tali caratteristiche, degli agglomerati stessi;

ZonaB-	Zonadiristrutturazioneedilizia
ZonaC	Zonadicompletamentodeinuoviquartieriincostruzione

Le parti del territorio totalmente o parzialmente edificate, diverse dalle zone A: si considerano parzialmente edificate le zone in cui la superficie coperta degli edifici esistenti non sia inferiore al 12,5% (un ottavo) della superficie fondiaria della zona e nelle quali la densità territoriale sia superiore ad 1,5 mc/mq;

ZonaE1	Zonadiespansioneemintensiva
Zona-E4	Zonadiespansioneestensiva,case isolate

Le parti del territorio destinate a nuovi complessi insediativi, che risultino inedificate o nelle quali l'edificazione preesistente non raggiunga i limiti di superficie e densità di cui alla precedente lettera B;

ZonaL	Zona industrial
-------	-----------------

Le parti del territorio destinate a nuovi insediamenti per impianti industriali o ad essi assimilati;

ZoneE

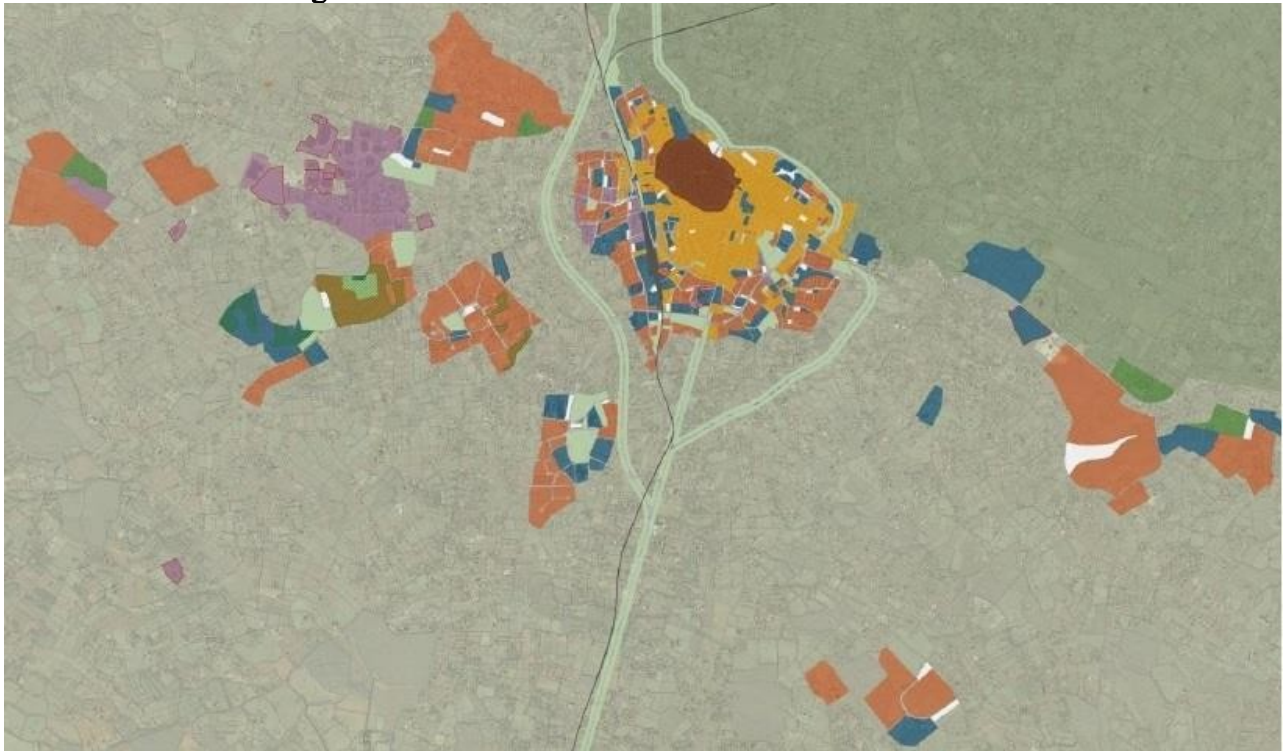
Zona-F1	ZonaagricolaValled'ItriaeZonaagricola special
Zona-F 2.1	ZonaappropriamenteAgricola
ZonaF2.2	Zonaagricolare Residenziale
ZonaF2-3	Zona boschiva

Le parti del territorio destinate ad usi agricoli, escluse quelle in cui - fermo restando il carattere agricolo delle stesse - il frazionamento delle proprietà richieda insediamenti da considerare come zone C;










ZonaH1	Zona verde pubblico
Zona S	Zona attrezzature collettive

Le parti del territorio destinate ad attrezzature ed impianti di interesse generale.

Cartografia della Zonizzazione Urbanistica di Martina Franca



Legenda Zonizzazione PRG

	Zona A	Zona A - Zona di risanamento e restauro conservativo
	Zona B1	Zona B - Zona di ristrutturazione edilizia
	Zona B2	Zona C - Completamento dei nuovi quartieri in costruzione
	Zona C1	Zona E1 - Zona di espansione semintensiva
	Zona C2	Zona E2 - Zona per edilizia popolare ed economica
	Zona C3	Zona E3 - Zona di espansione, case isolate
	Zona C4	Zona E4 - Zona di espansione estensiva, case isolate
	Zona D	Zona L - Zona industriale
	Zona F	Zona H1 - Verde pubblico Zona S - Attrezzature collettive
	Vincoli di PRG verde privato	Zona H2 - Verde privato
	Vincoli di PRG parcheggi	Parcheggi
	Zona E1	Zona F1 - Zona agricola valle d'Itria e zona agricola speciale
	Zona E2	Zona F2/1 - Propriamente agricola
	Zona E3	Zona F2/2 - Zona Agricola Residenziale
	Zona E4	Zona F2/3 - Boschi

2. Le caratteristiche demografiche del Comune di Martina Franca

2.1 L'andamento demografico dell'ultimo decennio

Al 31 dicembre 2024 il Comune di Martina Franca contava una popolazione di 46.701 abitanti, distribuita su una superficie di 299,57kmq., con una densità di popolazione di 157,56 abitanti per kmq.

Il trend della popolazione nell'ultimo decennio ha descritto un andamento lentamente decrescente. Nell'arco dell'interdecennio la variazione percentuale è risultata essere del **-4,61%**

Comune di Martina Franca – Andamento della popolazione residente, anni 2015-2024

Anno	Residenti	Variazione assoluta	Variazione%
2015	49.118	-104	-0,21%
2016	49.029	-89	-0,18%
2017	48.786	-243	-0,50%
2018	48.158	-628	-1,29%
2019	47.813	-345	-0,72%
2020	47.380	-433	-0,91%
2021	47.301	-79	-0,17%
2022	47.067	-234	-0,49%
2023	46.849	-218	-0,46%
2024	46.701	-148	-0,31%
	Total nel decennio	--2.257	-4,61%

Fonte: Elaborazioni Tutitalia sui dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno

Contestualmente al leggero decremento del numero di abitanti, nel decennio in osservazione si nota anche la tendenza ad un lento e costante aumento dei nuclei familiari, accompagnato dalla lenta diminuzione del numero dei componenti medi.

2.2 L'andamento della composizione dei nuclei familiari

Comune di Martina Franca – Andamento dei nuclei familiari residenti, anni 2015-2024

Anno	Numero Famiglie	Variazione% anno precedente	Componenti medi
2015	20.334	0,39	2,42
2016	20.422	0,43	2,40
2017	20.459	0,18	2,37
2018	20.217	-1,18	2,37
2019	20.247	0,15	2,35
2020	20.430	0,91	2,31
2021	20.629	0,97	2,28
2022	20.768	0,67	2,26
2023	20.914	0,70	2,23
2024	20.994	0,38	2,22

Fonte: Elaborazioni Tutitalia sui dati ISTAT

2.3 La struttura della popolazione per classi di età e stato civile

L'analisi dell'andamento demografico rappresenta il primo elemento su cui fondare l'analisi della rete distributiva: la sua composizione, infatti, costituisce oggetto di analisi ai fini della conoscenza dello stile di vita con cui il reddito disponibile viene impiegato nelle varie tipologie di consumi.

Comune di Martina Franca - Popolazione per classi di età e stato civile (31.12.2024)

Età	Maschi	Femmine	Totale
0-4	685	611	1.296
5-9	874	845	1.719
10-14	1.077	990	2.067
15-19	1.132	1.079	2.211
20-24	1.204	1.165	2.369
25-29	1.107	1.043	2.150
30-34	1.156	1.174	2.330
35-39	1.290	1.329	2.619
40-44	1.404	1.456	2.860
45-49	1.744	1.823	3.567
50-54	1.898	1.946	3.844
55-59	1.803	2.020	3.823
60-64	1.761	1.849	3.610
65-69	1.447	1.700	3.147
70-74	1.253	1.401	2.654
75-79	1.186	1.365	2.551
80-84	782	1.026	1.808
85-89	513	825	1.338
90-94	204	366	570
95-99	39	101	140
100+	3	25	28
Totale	22.562	24.139	46.701

Fonte: Elaborazioni Tutitalia sui dati ISTAT

La tabella sopra evidenziata consente di raggruppare le fasce di età, delineando in funzione della stessa il profilo di stile di vita e, conseguentemente, quello di propensione al consumo.

2.4 Lapopolazioneperfascedietà

ComunedìMartinaFranca - Popolazioneperfascedietà(31.12.2024)

Classi	Maschi		Femmine		Totale	
	(n.)	%	(n.)	%	(n.)	%
0-14anni	2.636	11,68	2.446	10,13	5.082	10,88
15 -29anni	3.443	15,26	3.287	13,62	6.730	14,41
30 -49anni	5.594	24,79	5.782	23,95	11.376	24,36
50 -64anni	5.462	24,21	5.815	24,09	11.277	24,15
65epiù	5.427	24,05	6.809	28,21	12.236	26,20
TOTALE	22.562	100,00	24.139	100,00	46.701	100,00

Fonte: Nostra elaborazione sui dati Tuttitalia

2.5 I principali indicatori demografici nel Comune di Martina Franca

Anno	Indice di Vecchiaia	Indice di Dipendenza strutturale	Indice di Ricambio della popolazione attiva	Indice di Struttura della popolazione attiva	Indice di Carico di figli per donna feconda	Indice di Natalità (x1.000ab.)	Indice di Mortalità (x1.000ab.)
2015	120,3	50,4	104,2	105,9	23,5	8,0	8,6
2016	125,6	50,9	105,8	107,8	23,5	8,4	8,0
2017	130,5	51,7	106,2	111,3	23,7	8,3	9,4
2018	173,9	54,8	130,2	133,0	17,9	6,6	10,1
2019	182,3	55,1	131,3	137,0	17,2	6,3	10,4
2020	190,5	55,3	134,3	141,2	16,5	5,8	12,0
2021	195,2	56,3	137,4	144,3	16,3	6,0	12,0
2022	202,3	56,7	145,2	146,1	16,0	5,5	12,5
2023	211,1	57,1	149,1	147,7	15,5	6,2	10,2
2024	220,1	58,1	155,7	150,0	15,4	-	-

Glossario

Indice di vecchiaia

Rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione. È il rapporto percentuale tra il numero degli ultrasessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. Ad esempio, nel 2024 l'indice di vecchiaia per il comune di Martina Franca dice che ci sono 220,1 anziani ogni 100 giovani.

Indice di dipendenza strutturale

Rappresenta il carico sociale ed economico della popolazione non attiva (0-14 anni e 65 anni ed oltre) su quella attiva (15-64 anni). Ad esempio, teoricamente, a Martina Franca nel 2024 ci sono 58,1 individui a carico, ogni 100 che lavorano.

Indice di ricambio della popolazione attiva

Rappresenta il rapporto percentuale tra la fascia di popolazione che sta per andare in pensione (60-64 anni) e quella che sta per entrare nel mondo del lavoro (15-19 anni). La popolazione attiva è tanto più giovane quanto più l'indicatore è minore di 100. Ad esempio, a Martina Franca nel 2024 l'indice di ricambio è 155,7 e significa che la popolazione in età lavorativa è di gran lunga inferiore a quella in condizioni di non produttività.

Indice di struttura della popolazione attiva

Rappresenta il grado di invecchiamento della popolazione in età lavorativa. È il rapporto percentuale tra

la parte di popolazione in età lavorativa più anziana (40-64 anni) e quella più giovane (15-39 anni).

Carico di figli per donna feconda

È il rapporto percentuale tra il numero dei bambini fino a 4 anni ed il numero di donne in età feconda (15-49 anni). Stima il carico dei figli in età prescolare per le mamme lavoratrici.

Indice di natalità

Rappresenta il numero medio di nascite in un anno ogni mille abitanti.

Indice di mortalità

Rappresenta il numero medio di decessi in un anno ogni mille abitanti.



**Comunedimartinafranca Provincia
di Taranto**

DOCUMENTO DI VALUTAZIONE DELLARETECOMMERCIALECITTAD INA

Redatto ai sensi dell'art. 12, comma 2, lettera a)
Legge Regionale 16.04.2015 n. 24 "Codice del Commercio"
come modificata dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12

Capitolo3

Laprogrammazione della rete distributiva

1. Introduzione

Il documento di valutazione della rete commerciale del Comune di Martina Franca risponde alle indicazioni impartite dall'art. 12, comma 2, lettera a) della Legge Regionale 16.04.2015 n. 24 "Codice del Commercio" che testualmente recita:

2. *Il Documento Strategico del Commercio ha i seguenti contenuti minimi:*

a. un'analisi dello stato del commercio costituita almeno da:

- i. una quantificazione del fenomeno commerciale comprendente gli esercizi di vicinato suddivisi per settore merceologico, la localizzazione e la classificazione di ciascuna media e grande struttura esistente, la consistenza dei mercati, dei posteggi isolati e delle fiere con relative date e aree di svolgimento, la dotazione di pubblici esercizi, di rivendite di giornali e riviste e dei distributori di carburante;*
- ii. la mappatura delle possibilità di insediamento di strutture commerciali e dei distributori di carburante, delle relative condizioni normative e requisiti di insediamento previste dagli strumenti urbanistici vigenti;*

Il presente Documento di Valutazione della rete commerciale del Comune di Martina Franca ha valore di carattere generale ed è stato sviluppato allo scopo di rendere possibile la definizione delle azioni di collaborazione tra l'Amministrazione Comunale di Martina Franca e le Associazioni di categoria dei commercianti, nonché per delineare percorsi di "*progettazione partecipata*" sugli importanti strumenti di pianificazione e programmazione redatti, in fase di redazione o di redazione futura.

Con il presente documento si intende sviluppare analisi e contributi sia sullo stato della rete distributiva cittadina e sul "Documento Strategico del Commercio", che sulle trasformazioni che interesseranno la città e il territorio di Martina Franca. Si tratta di un percorso all'interno del quale configurare modalità di confronto e lavoro positive per il commercio, i servizi, l'artigianato, il turismo, la cultura: settori che rappresentano risorse imprescindibili per lo sviluppo economico e che meritano assetti e regole che ne possano meglio valorizzare il ruolo.

La grande crisi in atto, che ha modificato gli equilibri dell'intero Paese, ha reso necessaria la rivisitazione degli strumenti di governo del territorio in un'ottica di sviluppo che ormai vede le piccole e medie imprese del settore terziario assumere un ruolo sempre più importante per il territorio comunale.

All'implementazione dei servizi commerciali urbani si deve guardare anche con l'obiettivo di soddisfare un maggior mix merceologico necessario alla vita dei residenti e dei '*city user*' delle diverse parti di città. Porre attenzione all'offerta del sistema commerciale cittadino, all'offerta culturale e turistica del centro storico e ad una attenta riqualificazione di vie e piazze, può contribuire alla crescita economica - ma anche occupazionale - di Martina Franca, giacché le P.M.I. del nuovo settore terziario potrebbero assorbire la manodopera estromessa da altri settori produttivi. Fatta questa premessa, appare determinante l'indagine preliminare sui sistemi commerciali urbani esistenti, in maniera tale da individuare i punti di forza e quelli di debolezza sui quali fare leva per la rivitalizzazione economica e la riqualificazione urbana.

L'impegno è quello di definire linee di indirizzo strategico e collaborare alla conseguente predisposizione di un documento di azioni integrate, che sia capace di favorire una sintesi tra obiettivi urbanistici e interessi economico-commerciali, finalizzati a fornire contributi allo sviluppo della Città e che preveda la partecipazione di associazioni e parti sociali per condividere i piani di sviluppo economico del territorio e i progetti strategici da realizzare nel prossimo futuro.

2. Il Documento di Valutazione della rete commerciale cittadina

Il documento di valutazione del commercio nel Comune di Martina Franca descrive l'articolazione della rete commerciale cittadina, distinguendo gli esercizi commerciali per settore merceologico (Alimentare e Misto - Non Alimentare Beni per la Persona - Non Alimentare Beni a Basso Impatto urbanistico - Non Alimentare Altri Beni) e per tipologia di classificazione in funzione delle dimensioni (Esercizi di Vicinato; Medie Strutture di Vendita M1 – M2 – M3; Grandi Strutture di Vendita G1 – G2).

La ricognizione è stata effettuata sulla scorta delle risultanze delle autorizzazioni commerciali in essere e prevede la classificazione delle strutture secondo la loro tipologia dimensionale, il settore merceologico, la superficie di vendita autorizzata e la localizzazione della struttura nel contesto urbano.

I dati così organizzati hanno consentito anche la definizione di alcuni indicatori di equilibrio e di dotazione di servizi commerciali ai consumatori, utili alla comprensione delle dinamiche della rete distributiva sia con riferimento al contesto urbano cittadino considerato nella sua interezza e complessità, sia con riferimento alle singole porzioni di territorio identificate.

2.1 Quadro riepilogativo della rete commerciale del Comune di Martina Franca (per tipologia di struttura)

I dati che sono di seguito illustrati rappresentano la sintesi della consistenza della rete commerciale del Comune di Martina Franca sviluppata per tipologia di struttura e per tipologia merceologica, ai sensi dell'articolo 16 (classificazione delle strutture commerciali), comma 5 della Legge Regionale 24.04.2015 n. 24. Il censimento degli esercizi commerciali è stato realizzato incrociando i dati rilevati presso gli archivi dell'Ufficio Commercio con quelli relativi agli elenchi TARI presso l'Ufficio Tributi del Comune di Martina Franca al 30.11.2021.

Totale Esercizi di Vicinato	719	Totale Mq. Esercizi di Vicinato	53.732,00
Totale Medie Strutture M1	11	Totale Mq. Medie Strutture M1	5.179,80
Totale Medie Strutture M2	15	Totale Mq. Medie Strutture M2	15.305,00
Totale Medie Strutture M3	1	Totale Mq. Medie Strutture M3	2.480,00
NUMERO TOTALE PDV	746	TOTALE METRI QUADRI	76.696,80

dicui:

Totale Esercizi di Vicinato	719	Totale Mq. Esercizi di Vicinato	53.732,00
Totale MSV+GSV	27	Totale Mq. MSV +GSV	22.964,80
NUMERO PUNTI DI VENDITA	746	TOTALE METRI QUADRI	76.696,80

Indicatore di equilibrio commerciale cittadino

(Somma superficie mq. Esercizi di Vicinato / Somma superficie mq. Medie e Grandi Strutture)

2,34

2.2 Quadro riepilogativo della rete commerciale del Comune di Martina Franca (per tipologia merceologica)

PDVAlimentareeMisto	211	TotaleMq.AM	19.717,80
PDVNonAlimentare-Beni Persona	191	TotaleMq.NA-BP	15.263,00
PDVNonAlimentare-BeniBassoIm	87	TotaleMq.NA-BI	15.607,00
PDVNonAlimentare-Altri Beni	257	TotaleMq.NA-AB	26.109,00
NUMEROTOTALEPDV	746	TOTALEMETRIQUADRI	76.696,80

TOTALEGENERALESUPERFICIECOMMERCIALEAUTORIZZATAMQ. 76.696,80

2.3 Dettagli della Rete Commerciale del Comune di Martina Franca

2.3.1 Settore Alimentare e Misto

Dotazione di Servizi di livello cittadino

TotaleEsercizi di Vicinato	201	TotaleMq.Esercizi di Vicinato	13.034,00
TotaleMedieStruttureM1	5	TotaleMq.MedieStruttureM1	2.605,80
TotaleMedieStruttureM2	5	TotaleMq.MedieStruttureM2	4.078,00
TotaleMedieStruttureM3	0	TotaleMq.MedieStruttureM3	0,00
NUMEROTOTALEPDV	211	TOTALEMETRIQUADRI	19.717,80

dicui:

TotaleEsercizi di Vicinato	201	TotaleMq.Esercizi di Vicinato	13.034,00
TotaleMedie e Grandi Strutture	10	TotaleMq.Medie e Grandi Strutture	6.683,80
NUMERO PUNTI DI VENDITA	211	TOTALEMETRIQUADRI	19.717,80

Indicatore di equilibrio commerciale cittadino

(Somma superficie mq. Esercizi di Vicinato / Somma superficie mq. Medie e Grandi Strutture)

1,95

2.3.2 Settore Non Alimentare

Dotazione di Servizi di livello cittadino

Esercizi di Vicinato

Non Alimentare - Beni Persona	190	Totale Mq. NA-BP	14.517,00
Non Alimentare - Beni Basso Im	82	Totale Mq. NA-BI	8.083,00
Non Alimentare - Altri Beni	246	Totale Mq. NA-AB	18.098,00
NUMERO TOTALE PDV	518	TOTALE METRIQUADRI	40.698,00

Medie Strutture di Vendita M1

Non Alimentare - Altri Beni	6	Totale Mq. NA-AB	2.574,00
NUMERO TOTALE PDV	6	TOTALE METRIQUADRI	2.574,00

Medie Strutture di Vendita M2

Non Alimentare - Beni Persona	1	Totale Mq. NA-BP	746,00
Non Alimentare - Beni Basso Im	4	Totale Mq. NA-BI	5.044,00
Non Alimentare - Altri Beni	5	Totale Mq. NA-AB	5.437,00
NUMERO TOTALE PDV	10	TOTALE METRIQUADRI	11.227,00

Medie Strutture di Vendita M3

Non Alimentare - Beni Basso Impat	1	Totale Mq. NA-BI	2.480,00
NUMERO TOTALE PDV	1	TOTALE METRIQUADRI	2.480,00

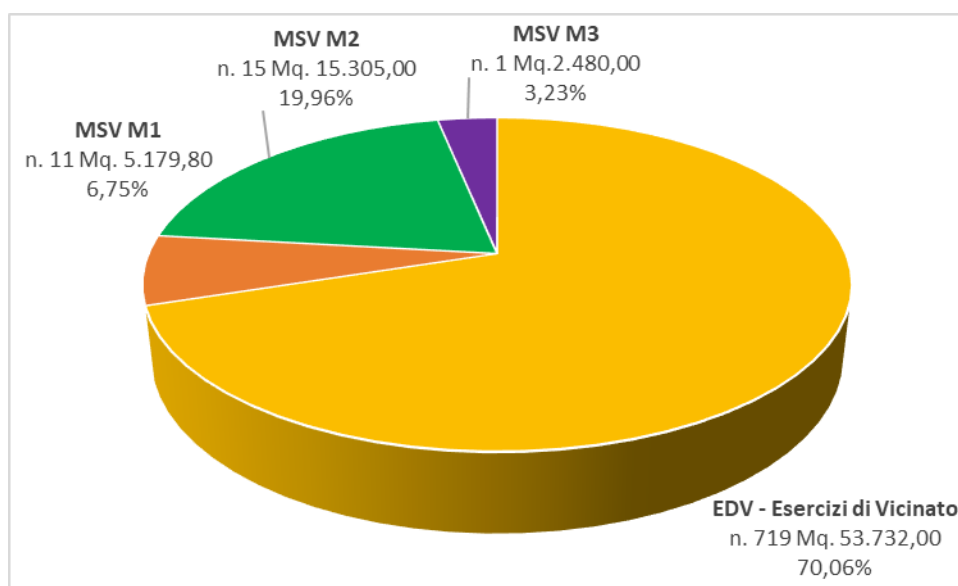
Totale Superficie Esercizi di Vicinato Settori Non Alimentare	40.698,00
Totale Superficie Medie e Grandi Strutture Settori Non Alimentare	16.281,00
Totale Superficie Settori Non Alimentare	56.979,00

Indicatore di equilibrio commerciale cittadino - Settori Non Alimentare

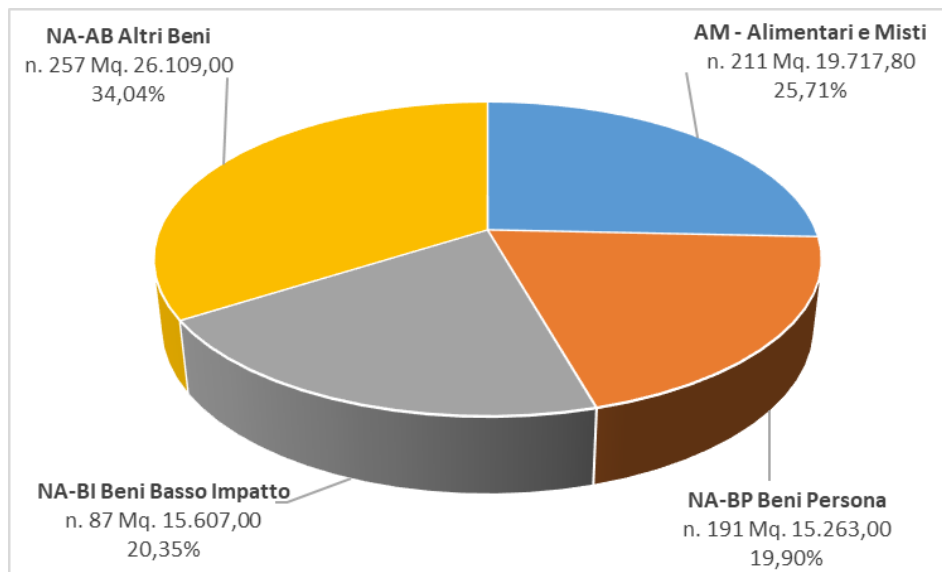
2,50

(Somma toria superficie mq. Esercizi di Vicinato / Somma toria superficie mq. Medie Strutture di livello cittadino)

Comuni di Martina Franca Strutture commerciali esistenti classificate per tipologia dimensionale



Comune di Martina Franca
Strutture commerciali esistenti classificate per tipologia merceologica



2.4 Gli indicatori di servizi utilizzati per la valutazione della rete distributiva

Sulla scorta dei dati rilevati, che sono stati illustrati nei grafici precedenti, è possibile definire una serie di indicatori utili per la valutazione delle variabili riscontrate nella rete distributiva della Città di Martina Franca, quali il rapporto tra rete distributiva e territorio (indice di copertura territoriale, indice di densità) e la dotazione di servizio al consumatore delle varie tipologie commerciali (indice di servizio al consumatore, indice di distribuzione).

In particolare saranno elaborati cinque indicatori utili a valutare le condizioni di equilibrio della struttura commerciale ed il livello di servizio garantito offrendo uno strumento di benchmark immediato rispetto all'organizzazione della rete distributiva:

1. Indice di Servizio al Consumatore (IS);
2. Indice di Distribuzione Territoriale (ID);
3. Indice di Equilibrio Commerciale (IE);
4. Indice di Copertura Territoriale (ICT);
5. Indice di Densità Territoriale (IDT);

1. L'**Indice di Servizio al Consumatore (IS)**, come definito dall'articolo n.6 comma 5.2 del Regolamento Regionale 22 dicembre 2011, n. 27 è ricavato dal calcolo delle superfici di vendita disponibile per ogni mille abitanti nelle diverse tipologie merceologiche e dimensionali, secondo la seguente formula:

$$IS = \frac{MQ}{VAb./1000}$$

grazie alla quale l'indice di servizio al consumatore è dato dal totale dei metri quadri di vendita di superficie commerciale diviso per la popolazione espressa in migliaia.

2. L'**Indice di Distribuzione Territoriale (ID)** è dato dal rapporto tra il numero dei punti di vendita e la popolazione dell'area presa in considerazione. Esso contribuisce a valutare la diffusione dei punti di vendita rispetto alla dotazione di servizio al consumatore, secondo la seguente formula:

$$ID = \frac{N.PD}{VAb./1000}$$

3. L'**Indice di Equilibrio Commerciale (IE)** è dato dal rapporto tra i metri quadri di vendita delle diverse tipologie dei canali distributivi e descrive l'equilibrio tra il servizio offerto al consumatore dai diversi canali distributivi. L'Indice di Equilibrio tra i canali distributivi EDV (Esercizi di Vicinato) e MSV (Medie Strutture di Vendita) viene così calcolato:

$$IE = \frac{MQV(EDV)}{MQV(MSV)}$$

Quando l'Indice di Equilibrio è uguale a 1, il servizio al consumatore è equamente distribuito tra i canali di vendita in esame.

4. L'**Indice di Copertura Territoriale (ICT)** è dato dal rapporto tra la superficie di vendita e l'estensione territoriale. Esso può essere articolato sia per merceologia sia per canale distributivo:

$$ICT = \frac{MQV}{KMQ}$$

Esso rappresenta la concentrazione di metri quadri di vendita rispetto all'estensione territoriale e dà dimensione di quanto il servizio sia distribuito, ovvero quanti metri quadri di vendita siano allocati per chilometri quadrato di territorio. Questo rapporto è indicativo di quanto la rete del servizio di vendita sia effettivamente diffusa sulla grandezza scalare del territorio e si potrebbe considerare un'informazione ulteriore rispetto all'Indice di Servizio, che calcola la dotazione di servizio rispetto al dato di popolazione.

Precisiamo che l'informazione fornita da questo indice è perfezionabile: l'estensione territoriale qui utilizzata non fa riferimento al continuo abitato dei comuni, ma alla sua estensione territoriale in senso lato. Tuttavia, con la progressiva digitalizzazione cartografica dei Comuni, si avrà maggiore puntualità dei dati degli aggregati urbani e quindi, maggiore precisione dell'Indice di Copertura territoriale.

5. L'**Indice di Densità Territoriale (IDT)** rappresenta la distribuzione sul territorio della rete di vendita. Esso viene utilizzato per analizzare il grado di prossimità del servizio di vendita rispetto ai cittadini sul territorio, individuando la quantità di territorio servito da ogni singolo punto vendita. Il dato aiuta a comprendere la probabilità di vicinanza del servizio distributivo al cittadino. Un rapporto alto può suggerire una maggiore probabilità di vicinanza del servizio distributivo al cittadino:

$$IDT = \frac{N.PDV}{KMQ}$$

Anche per quest'indice valgono le considerazioni svolte per l'indice di copertura territoriale per quanto attiene alla giustezza e precisione dell'indicatore, giacché l'estensione territoriale qui utilizzata non fa riferimento al continuo abitato dei comuni, ma alla sua estensione territoriale in senso lato.

2.5 Indicatori di dotazione di servizio al consumatore nella Città di Martina Franca

Totale popolazione residente in Città al 31.12.2022	47.067
Totale estensione territoriale della Città: kmq.	298,72
Densità di popolazione: abitanti/Kmq.	157,56

Fonti dati: www.tuttitalia.it

IS-Indice di Servizio (Metri quadri vendita/1000 abitanti)

Metri quadri di vendita complessivi per 1000 abitanti	1.629,52
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>418,93</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>1.210,59</i>

L'indice di Servizi può essere ulteriormente scomposto per tipologia dimensionale di vendita:

Mq. Esercizi di Vicinato per 1000 abitanti	1.141,61
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>276,93</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>864,68</i>
Medie Strutture Vendita per 1000 abitanti	487,92
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>142,01</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>345,91</i>
di cui:	
Medie Strutture Vendita M1 per 1000 abitanti	110,05
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>55,36</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>54,69</i>
Medie Strutture Vendita M2 per 1000 abitanti	325,17
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>86,64</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>238,53</i>
Medie Strutture Vendita M3 per 1000 abitanti	52,69
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>0,00</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>52,69</i>

ID-Indice di Distribuzione Territoriale (Numero Punti Vendita/1000 abitanti)

Numero Punti Vendita PDV per 1000 abitanti	15,85
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>4,48</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>11,37</i>

ICT-Indice di Copertura Territoriale (Metri quadrati vendita/Kmq. Estensione)

Metri quadrati vendita per Kmq.	256,75
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>66,01</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>190,74</i>

IDT-Indice di Densità Territoriale (Numero Punti Vendita/Kmq. Estensione)

Numero Punti Vendita per Kmq.	2,50
<i>dicui Alimentare e Misto</i>	<i>0,71</i>
<i>dicui Non Alimentare</i>	<i>1,79</i>

IE-Indice di Equilibrio Commerciale (Metri quadrati vendita EDV/Metri quadrati vendita MSV)

Indice generale di Equilibrio Commerciale	2,34
<i>IE Settore Alimentare e Misto</i>	<i>1,95</i>
<i>IE Settori Non Alimentari</i>	<i>2,50</i>

Allo scopo di consentire una valutazione comparata con le altre realtà regionali italiane, nonché con quella più specifica della Regione Puglia, si riportano di seguito gli stessi indicatori di servizio al consumatore calcolati per ogni regione italiana. I risultati rappresentano le nostre elaborazioni effettuate sulla base delle formule illustrate precedentemente.

I dati della consistenza commerciale sono riferiti al 31.12.2019 (ultima rilevazione prima della crisi pandemica) e sono desunti dall'Osservatorio Nazionale del Commercio gestito dal MISE Ministero dello Sviluppo Economico.

I dati demografici sono riferiti alla popolazione residente al 31.12.2020 e sono desunti dal portale www.tuttitalia.it, Guida ai Comuni, alle Province e alle Regioni d'Italia.

Regione	Totale Rete Commerciale		Dati demografici Regioni		IS (MQV/POP/1000)	ID (N.PDV/POP/1000)	ICT (MQV/KMQ)	IDT (N.PDV/KMQ)
	Esercizi	Mqv.	Popolazione	Kmq.				
Piemonte	45.080	4.142.651	4.274.945	25.386,70	969,05	10,55	163,18	1,78
Valled'Aosta	1.591	171.087	124.089	3.260,85	1.378,74	12,82	52,47	0,49
Lombardia	84.284	9.489.085	9.981.554	23.863,10	950,66	8,44	397,65	3,53
Liguria	22.325	1.362.521	1.518.495	5.416,15	897,28	14,70	251,57	4,12
NordOvest	153.280	15.161.344	15.899.083	57.926,80	953,60	9,64	261,73	2,65
TrentinoAltoAdige	10.027	1.429.510	1.077.078	13.604,72	1.327,21	9,31	105,07	0,74
Friuli-VeneziaGiulia	11.893	1.680.694	1.201.510	7.932,48	1.398,82	9,90	211,87	1,50
Veneto	47.649	5.593.613	4.869.830	18.345,37	1.148,63	9,78	304,91	2,60
Emilia-Romagna	45.863	4.553.685	4.438.937	22.444,54	1.025,85	10,33	202,89	2,04
NordEst	115.432	13.257.502	11.587.355	62.327,11	1.144,14	9,96	212,71	1,85
Toscana	45.874	3.464.375	3.692.865	22.987,44	938,13	12,42	150,71	2,00
Umbria	11.352	1.055.341	865.452	8.464,22	1.219,41	13,12	124,68	1,34
Marche	17.952	1.825.107	1.498.236	9.401,18	1.218,17	11,98	194,14	1,91
Lazio	74.546	5.712.665	5.730.399	17.231,72	996,91	13,01	331,52	4,33
Centro	149.724	12.057.488	11.786.952	58.084,56	1.022,95	12,70	207,59	2,58
Abruzzo	18.078	1.661.159	1.281.012	10.831,50	1.296,76	14,11	153,36	1,67
Molise	4.532	360.143	294.294	4.460,44	1.223,75	15,40	80,74	1,02
Campania	96.231	5.386.889	5.624.260	13.670,60	957,80	17,11	394,05	7,04
Puglia	54.674	4.180.135	3.933.777	19.540,52	1.062,63	13,90	213,92	2,80
Basilicata	8.519	528.145	545.130	10.073,11	968,84	15,63	52,43	0,85
Calabria	31.363	2.142.934	1.860.601	15.221,61	1.151,74	16,86	140,78	2,06
Sicilia	66.637	4.007.830	4.833.705	25.832,55	829,14	13,79	155,15	2,58
Sardegna	23.764	1.905.248	1.590.044	24.099,45	1.198,24	14,95	79,06	0,99
Sude Isole	303.798	20.172.483	19.962.823	123.729,78	1.010,50	15,22	163,04	2,46
TOTALE ITALIA	722.234	60.648.817	59.236.213	302.068,25	1.023,85	12,19	200,78	2,39

Fonti:

Nostra elaborazione sui dati Osservatorio Nazionale del Commercio, Statistiche al 31.12.2019.

I dati demografici di estensione territoriale aggiornati al 31.12.2020 rivengono dalle statistiche di Tutitalia.it

Dal confronto tra i dati rilevati a Martina Franca e quelli illustrati nelle precedenti tabelle, appare chiaro che gli indicatori di servizio al consumatore della rete commerciale del Comune di Martina Franca risultino più alti rispetto alla dotazione media della Regione Puglia e della media nazionale, come appare più chiaro nella seguente tabella riepilogativa:

Confronto tra indicatori riferiti all'interarete commerciale al livello locale, regionale e nazionale

Indicatori Generali	IS	ID	ICT	IDT
Martina Franca	1.629,52	15,85	256,75	2,50
Regione Puglia	1.062,63	13,90	213,92	2,80
Sud e Isole	1.010,50	15,22	163,04	2,46
Media nazionale	1.023,85	12,19	200,78	2,39

Più nel dettaglio, l'andamento dell'indicatore di servizio al consumatore (IS), declinato per regione nella tabella generale, viene definito dalla somma dei singoli indicatori riferiti a:

- EDV- Esercizi di Vicinato (<250mq.);
- MSV- Medie Strutture di Vendita (>601-<=2500mq.);
- GSV- Grandi Strutture di Vendita (>2500mq.)

Indicatori IS (indice di servizio al consumatore) per struttura dimensionale

Regione	ISEDV	ISMSV	ISGSV	ISTotale
Piemonte	387,62	426,16	155,27	969,05
Valled'Aosta	649,90	583,60	145,25	1.378,74
Lombardia	351,20	431,52	167,93	950,66
Liguria	439,99	316,02	141,28	897,28
NordOvest	371,55	420,24	161,81	953,60
Trentino Alto Adige	542,06	645,30	139,85	1.327,21
Friuli-Venezia Giulia	437,28	628,97	332,57	1.398,82
Veneto	412,93	554,33	181,37	1.148,63
Emilia-Romagna	425,69	449,76	150,39	1.025,85
NordEst	432,35	530,47	181,32	1.144,14
Toscana	418,00	382,11	138,01	938,13
Umbria	553,05	614,66	51,70	1.219,41
Marche	521,00	570,87	126,30	1.218,17
Lazio	485,19	386,60	125,11	996,91
Centro	473,67	425,36	123,91	1.022,95
Abruzzo	499,87	586,04	210,84	1.296,76
Molise	595,13	550,09	78,54	1.223,75
Campania	640,40	248,59	68,81	957,80
Puglia	679,76	291,94	90,93	1.062,63
Basilicata	616,28	301,97	50,59	968,84
Calabria	679,07	357,69	114,98	1.151,74
Sicilia	381,59	276,00	171,55	829,14
Sardegna	533,80	529,35	135,08	1.198,24
Sud e Isole	570,26	323,86	116,39	1.010,50
TOTALE ITALIA	470,73	410,34	142,78	1.023,85

Fonti:

Nostra elaborazione su dati Osservatorio Nazionale del Commercio, Statistiche al 31.12.2019.

Idati demografici di estensione territoriale aggiornati al 31.12.2020 rivengono dalle statistiche di Tutitalia.it

Confronto tra IS per tipologia dimensionale

Indicatore IS	EDV	MSV	GSV	TOTALE
Martina Franca	1.141,61	487,92	0,00	1.618,76
Regione Puglia	679,76	291,94	90,93	1.062,63
Sud e Isole	570,26	323,86	116,39	1.010,50
Media nazionale	470,73	410,34	142,78	1.023,85

La consistenza commerciale del Comune di Martina Franca appare quindi generalmente

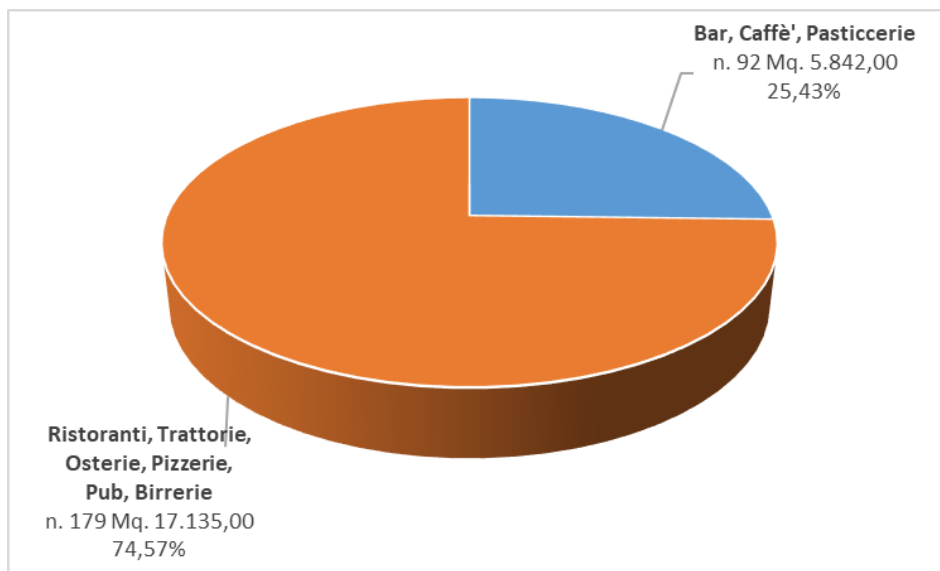
sovradimensionata - in termini di dotazioni di servizio - rispetto alle medie nazionale e regionale, nonostante l'assenza nel territorio di Grandi Strutture di Vendita.

Ciò è dovuto principalmente alla forte presenza di esercizi di vicinato che, peraltro, può a buon titolo essere considerata una ricchezza del territorio, soprattutto in riferimento alle tendenze in atto che delineano una prospettiva di sviluppo definita "economia di prossimità", che sarà più dettagliatamente illustrata nel prossimo Capitolo 4 – Paragrafo 1 "La programmazione generale della rete distributiva dopo la pandemia Covid-19. Verso una dimensione di economia di prossimità".

PubliciEsercizi

TipologiaPubliciEsercizi	Numero	MetriQuadri
Esercizi di ristorazione, per la somministrazione di pasti e di bevande, comprese quelle aventi un contenuto alcolico superiore al 21 percento del volume, ed il latte (ristoranti, trattorie, tavole calde, pizzerie ed esercizi similari)	179	17.135,00
Esercizi per la somministrazione di bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione, nonché di latte, di dolci, compresi i generi di pasticceria e gelateria, e di prodotti di gastronomia (bar, caffè, gelaterie, pasticcerie ed esercizi similari)	92	5.842,00
Totale	271	22.977,00

Comune di Martina Franca
Riepilogo tipologie di Esercizi Pubblici



2.6 Attività commerciali su aree pubbliche

Le attività commerciali esercitate su aree pubbliche del Comune di Martina Franca riportano la seguente situazione:

2.6.1 Mercato settimanale del Mercoledì

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Via Recupero	0	33	33
Via Bascio	0	4	4
Via Filzi	0	4	4
Via Baisizza	0	6	6
Via S. Eligio	0	14	14
Via Serranuda	0	4	4
Via Orimini	0	7	7
Via Micoli	0	6	6
Via D. Raggi	0	9	9
Via Di Giuseppe	0	4	4
Via Carella	0	43	43
Via Oberdan	0	16	16
Via F.lli Caramia	0	25	25
Via Scialpi	0	21	21
Piazza D'Angiò	64	45	109
Via Quinto Orazio Flacco	0	20	20
Via Marinosci	0	3	3
Via dello Stadio	0	2	2
Piazza Vittorio Veneto	0	3	3
Totale	64	269	333

2.6.2 Mercato settimanale alimentare del Sabato

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Piazza D'Angiò-Foro Boario	30	0	30
Totale	30	0	30

2.6.3 Posteggi isolati giornalieri

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
San Paolo	5	0	5
Specchia Tarantina	5	0	5
Carpari	5	0	5
Motolese	5	0	5
Capitolo	5	0	5
Contrada Montelullo	7	3	10
Totale	32	3	35

2.6.4 Posteggi isolati settimanali/stagionali

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Piazza XX Settembre	2	0	2
Via Vittorio Emanuele	1	0	1
Via Pergolesi-Chiesa del Carmine	1	0	1
Corso Italia angolo Viale della Libertà	1	0	1
Piazza antistante Chiesa Madonna della Sanità	1	0	1
Viale della Libertà (Chiesa della Santa Famiglia)	1	0	1

PiazzaMarioPagano	1	0	1
PiazzettaCimitero	0	6	6
ViaMadonnaPiccola	0	1	1
MercatiRionali giornalieri	0	2	2
Totale	9	9	18

2.6.5 Fiere e Feste civili e religiose

Festa Patronale San Martino

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Viedel Centro Cittadino e in Contrada Pergolo	Il sabato, la domenica e il lunedì successivi al 3 Luglio	10	90	100
Totale		10	90	100

Festa Madonna della Sanità

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
P.zza - Via Sanità	Seconda domenica di Maggio	2	5	7
Totale		2	5	7

Festa di Sant'Antonio dei SS. Medici

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Parcheggio Piazza Mario Pagano	13 giugno	3	5	8
Totale		3	5	8

Festa di Cristo Spirante

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Parcheggio Piazza Mario Pagano	Prima domenica e lunedì successive alla Festa della Madonna del Carmelo	3	5	8
Totale		3	5	8

Festa della Madonna del Carmelo

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Via Bellini - Via Pergolesi - Via Donizetti	Il secondo sabato e la seconda domenica successivi alla festa patronale di S. Martino	6	24	30
Totale		6	24	30

Riepilogo dei mercati su aree pubbliche

Tipologia di mercato su aree pubbliche e relativi posteggi	Totale Posteggi
Mercati settimanali	363
Posteggi isolati giornalieri	35
Posteggi isolati settimanali e/o stagionali	18
Fiera di San Martino	480

Fiera della Candelora	400
Festa Patronale di San Martino	100
Festa Madonna della Sanità	7
Festa Sant'Antonio dei SS. Medici	8
Festa del Cristo Spirante	8
Festa della Madonna del Carmelo	30
Totale postegge in vari mercati	1.449

2.7 Punti Vendita di quotidiani e periodici

La consistenza delle rivendite di quotidiani e periodici è definita nelle seguenti tabelle, che descrivono anche la loro localizzazione:

Denominazione	Localizzazione
Gianfrate Comasia	Via Alessandro Fighera
Gioiello Giancarlo	P.zza Xx Settembre
Napoletano Immacolata	V. Le Dei Lecci
Pasculli Antonio	Via Giuseppe Toniolo
Scialpi Domenico	Via Giacomo Veneziano
Semeraro Paolo	P.zza Roma
Sisto Arcangelo Gabriele	Piazza Filippo D'Angio'
Tiche Sardi Lucarella Donato & C.	Viale Europa
Totale	8

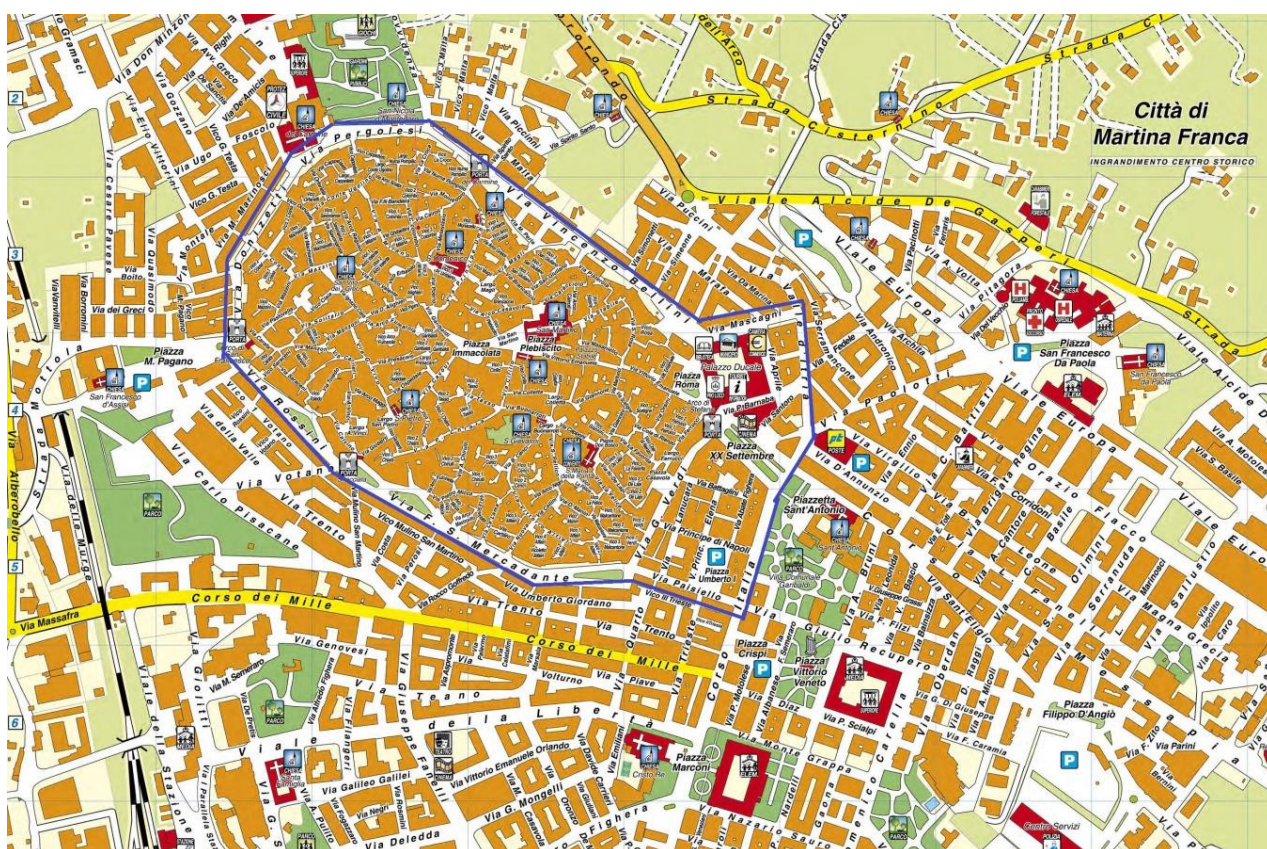
2.8 Distributori di carburante

La consistenza della rete di distribuzione dei carburanti è definita nelle seguenti tabelle, che descrivono anche la loro localizzazione:

Denominazione	Ubicazione Immobile	Civico
BASILE MARTINO	STRADA TARANTO	
CASTELLANA PAOLO	VIATA TARANTO	
SIMEONE CARBURANTI	STRADA MICELAZONA A	
LACARBONARA COSIMO	VIATA TARANTO	
STAZIONE ENI	VIA MADONNA PICCOLA	
STAZIONE ENI	VIATA TARANTO FIGHERASS. 172	
STAZIONE Q8 FACILE	VIA VALLE D'ITRIA	
STAZIONE Q8	SS172	KM51+430
IP 24/24	SS172	KM52+175
STAZIONE Q8 EASY	SS172	KM45+288
METANO AUTOITRIAMETANO GIULIANI	SP63	KM.6+585
LACARBONARA FRANCESCO	SS172	49
ITALIANA CARBURANTI	VIAPER VILLACASTELLI	826
Totale	13	

3. Individuazione delle aree da sottoporre a misure di incentivo

L'area da sottoporre a incentivi è individuata nel perimetro delimitato dalle seguenti vie e piazze: Via Doninzetti;
Via Pergolesi;
Via Bellini;
Via Mascagni;
Via Valled'Itria (parte);
Corso Italia (parte);
Via Paisiello;
Via Mercadante;
Via Rossini,
come illustrato dalla seguente cartografia:



Capitolo4

Le novità intervenute nella programmazione della rete distributiva e le previsioni di adeguamento commerciale

1. La programmazione generale della rete distributiva dopo la pandemia Covid-19. Verso una dimensione di economia di prossimità.

L'evento pandemico legato al virus Covid-19 ha messo a nudo la fragile struttura sociale, economica e spaziale delle nostre città, ponendo una nuova questione sulla ricerca di soluzioni capaci di trasformare i modelli di crescita e sviluppo economico urbano a seguito di un ripensamento nella gestione di servizi, attività produttive e lavorative con particolare riferimento alla loro configurazione spaziale.

Ciò significa mettere sotto osservazione alcune tensioni socio-economiche già preesistenti alla pandemia, come la situazione delle piccole microimprese manifatturiere, artigianali e commerciali, oggi ancor più esacerbate dagli impatti dell'evento pandemico, con forti rischi sulla tenuta del tessuto economico della città.

Assieme a queste criticità persistenti, sembra concretizzarsi l'emergere di nuove forme di esclusione riguardanti non solo le fasce deboli comunemente intese, ma soprattutto un ampio segmento di comunità urbana: lavoratori con competenze a rischio obsolescenza, commercianti e artigiani non più competitivi perché spiazzati dall'avvento delle nuove tecnologie, microimprenditori operanti nei settori che più sono stati colpiti dalla chiusura delle attività e dal distanziamento sociale, insieme a categorie sociali come la popolazione femminile con percorsi professionali intermittenti, cittadini stranieri di prima e seconda generazione, giovani inattivi o in possesso di titoli e *skills* poco richieste sul mercato del lavoro ad alta densità di conoscenza.

Le politiche e i progetti che caratterizzeranno la risposta a tale periodo di crisi sono quindi chiamate a garantire lo sviluppo di soluzioni capaci di veicolare in modo capillare la transizione verso sistemi territoriali che diventano connessi e resilienti, cooperando per adattarsi e trasformarsi ai cambiamenti necessari.

Con queste premesse tematiche, è quindi necessario concentrarsi sulla possibilità di inquadrare ambiti di politiche di recupero urbano (*recovery*) fortemente orientate alle piccole medie imprese e alle economie di prossimità come temi preponderanti per rispondere alla crisi in atto e per sostenere concretamente le imprese e i lavoratori nella lunga fase di transizione e riorganizzazione che la pandemia da Covid-19 impone, nella consapevolezza di una scelta analitica precisa e selettiva attorno alla discussione del concetto di economia di prossimità nelle politiche urbane.

Già a marzo 2020 l'Istat aveva segnalato un crollo delle vendite al dettaglio (-21,3% la variazione ciclica dei volumi) causato dal calo degli scambi di beni non alimentari (-36,5%), mentre i prodotti alimentari avevano mostrato una sostanziale stabilità (-0,4%). Nel frattempo il commercio elettronico ha fatto registrare un deciso incremento (la variazione tendenziale dei volumi è stata del + 20,7%). Scendendo alla dimensione urbana, la rapida affermazione delle modalità di lavoro da casa – largamente racchiuse sotto l'etichetta di *smart working* – ha generato una conseguente crisi dei servizi commerciali che sino all'arrivo della pandemia facevano fortemente leva su eterogenee popolazioni di *city users* garantiti da ingenti flussi di mobilità casa lavoro.

In questo quadro di crisi di gravissime dimensioni, l'attenzione dedicata negli ultimi tempi a interventi di rigenerazione urbana temporanea suddivisi tra incentivazioni di forme di mobilità sostenibile (accompagnate da forme di incentivo come il "bonus mobilità"), e strategie per una maggiore fruizione degli spazi pubblici con azioni di sostegno al settore della ristorazione nell'uso gratuito dello spazio pubblico adiacente all'esercizio, è il risultato di una nuova sensibilità istituzionale rispetto all'intervento su alcuni aspetti specifici della vivibilità tipicamente urbana.

In sostanza, si sta facendo largo nelle città la necessità di ripensare le politiche di pianificazione, passando da una regolazione degli usi e degli spazi urbani ad una “gestione della vita urbana”, agendo sulle dinamiche di spazio e di tempo, con l’imporsi del tema della prossimità geografica come fattore su cui calibrare la riorganizzazione spaziale di servizi, imprese e di gestione delle dinamiche sociali.

L’esperienza del *lockdown*, con le sue limitazioni alla mobilità urbana, hanno mostrato una nuova importanza del tema della prossimità applicato alla quotidianità urbana, legata ai quartieri e alla loro capacità di rispondere alle esigenze dei cittadini, spingendo a riflettere su un futuro di città che non si sviluppi su un asse centro-periferia, ma secondo un’analoga pluralità di centri, ognuno con le sue specificità.

A partire da questo cambio di paradigma, è possibile immaginare che tra gli orientamenti delle città nell’utilizzo dei fondi europei, uno spazio sempre maggiore possa essere riservato a misure sperimentali e ad azioni-pilota che riqualificano spazi, attraverso forme di urbanismo tattico e percorsi di partecipazione attiva dei cittadini.

In un’ottica di struttura economica e sociale di città e quartieri, sicuramente il commercio di vicinato rappresenta un servizio fondamentale per i cittadini e la qualità della vita nei quartieri in una logica di prossimità. Si parla di commercio di prossimità (o negozi di vicinato) in riferimento alle “*attività finalizzate prevalentemente alla vendita al dettaglio di prodotti, che impiegano una superficie contenuta, generalmente mai superiore ai 250 metri quadrati*”.

Queste realtà, da una parte risultano particolarmente coinvolte nella vita di quartiere, e dall’altra portano istanze innovative relativamente all’offerta, al design degli spazi, ai servizi aggiuntivi offerti, alla relazione con i clienti e alle modalità di comunicazione.

A partire dai nuovi regimi produttivi imposti dal distanziamento sociale e dalle limitazioni agli spostamenti, appare ormai riconosciuta la consapevolezza riguardo l’importanza dei negozi di vicinato, facilmente raggiungibili e capaci di offrire ai consumatori qualcosa in più rispetto alla mera transazione economica: personalizzazione del servizio, dimensione informale “di fiducia” tra venditore e cliente, contributo alla socialità al di fuori della sfera domestica.

Con queste caratteristiche, le attività commerciali locali “di quartiere”, si distinguono fortemente dalla grande distribuzione e dal commercio digitale standardizzato.

Il valore riconosciuto di queste imprese e questi servizi è legato al funzionamento di servizi con importanti risvolti sociali per la costruzione di relazioni e legami di comunità, poiché contribuiscono a definire l’identità dei luoghi e del paesaggio urbano, raccontando al contempo le sue complesse dinamiche sociali.

Allo stesso tempo è necessario allargare l’orizzonte sulla cornice interpretativa delle “*economie di prossimità*” oltre i negozi di vicinato. Promuovere un’agenda di innovazione *mission oriented* in questo campo significa ad esempio immaginare nuovi investimenti nel campo di tecnologico agevolando forme di prossimità cognitiva e organizzativa tra organizzazioni diverse per generare valore, redditi e opportunità di sviluppo a scala urbana e di quartiere.

In questa fase di necessaria transizione tecnologica e organizzativa, il rilancio delle economie dei territori sarà dipendente da politiche capaci di sostenere gli effetti indiretti dell’economia della conoscenza in un’ottica di prossimità: sostenendo l’innovazione nelle imprese e nelle competenze dei lavoratori, valorizzando il contenuto immateriale di beni e servizi, diffondendo competenze di tipo culturale e creativo nei servizi artigianali, commerciali che si sviluppano in ambito urbano, sempre più intrecciati con le produzioni manifatturiere in specializzazioni diverse e peculiari.

A partire da questo punto di vista, le piccole e medie imprese commerciali rappresentano il target privilegiato di un’agenda urbana rivolta ad un’ottica di prossimità come elementi chiave di un’offerta calibrata su una scala di quartiere e come veicoli di innovazione sistemica in settori per troppo tempo considerati ai margini delle agende politiche.

2 La Legge Regionale 16 aprile 2015 n. 24 “Codice del Commercio” e il successivo aggiornamento operato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12

A livello regionale pugliese con la pubblicazione della Legge Regionale 16 aprile 2015, n. 24 (d’ora

in avanti “Codice del Commercio”) e del successivo aggiornamento con la Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, si è proceduto ad un’ampia sistematizzazione di tutta la materia afferente alla disciplina delle attività commerciali, abrogando contestualmente una serie di disposizioni legislative regionali rese obsolete dalla nuova disciplina.

Il “Codice del Commercio” ha abrogato le seguenti norme:

- a) Legge Regionale 1° agosto 2003, n. 11 (*Nuova disciplina del commercio*);
- b) Legge Regionale 24 luglio 2001, n. 18 (*Disciplina del commercio su aree pubbliche*);
- c) Legge Regionale 13 dicembre 2004, n. 23 (*Razionalizzazione e ammodernamento della rete distributiva dei carburanti*).

nonché ha adeguato la Legge Regionale 16 aprile 2015, n. 24 (Codice del commercio) alle seguenti norme:

- legge 7 agosto 2015, n. 124 (Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche);
- decreto legislativo 30 giugno 2016, n. 126 (Attuazione della delega in materia di segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) a norma dell’articolo 5 della legge 7 agosto 2015, n. 124);
- decreto legislativo 25 novembre 2016, n. 222 (Individuazione di procedimenti oggetto di autorizzazione, segnalazione certificata di inizio di attività (SCIA), silenzio assenso e comunicazione e di definizione dei regimi amministrativi applicabili a determinate attività e procedimenti, ai sensi dell’articolo 5 della legge 7 agosto 2015, n. 124);
- decreto legislativo 16 dicembre 2016, n. 257 (Disciplina di attuazione della direttiva 2014/94/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, sulla realizzazione di una infrastruttura per i combustibili alternativi).

Il “Codice del Commercio” ha definito prioritariamente ciò che costituisce attività commerciale:

Articolo 1: Oggetto

1. Con la presente legge la Regione Puglia disciplina l’esercizio dell’attività commerciale, in tutte le sue forme.
2. A fini della presente legge costituiscono attività commerciale:
 - a) il commercio al dettaglio e all’ingrosso in sede fissa;
 - b) la vendita della stampa quotidiana e periodica;
 - c) il commercio su aree pubbliche;
 - d) la somministrazione di alimenti e bevande;
 - e) la distribuzione di carburanti;
 - f) le forme specialistiche di commercio al dettaglio.
3. La presente legge non si applica:
 - a) ai farmacisti e ai direttori di farmacie delle quali i Comuni assumono l’impianto o l’esercizio ai sensi della legge 2 aprile 1968, n. 475 (Norme concernenti il servizio farmaceutico) e successive modifiche e integrazioni e della legge 8 novembre 1991, n. 362 (Norme di riordino del settore farmaceutico) e successive modifiche e integrazioni, qualora vendano esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;
 - b) ai titolari di rivendite di generi di monopolio qualora vendano esclusivamente generi di monopolio di cui alla legge 22 dicembre 1957, n. 1293 (Organizzazione dei servizi di distribuzione e vendita dei generi di monopolio) e al relativo regolamento di esecuzione, emanato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074 e successive modifiche;
 - c) ai produttori agricoli, singoli o associati, i quali esercitano attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all’articolo 2135 del codice civile e nei limiti di cui all’articolo 4 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);
 - d) agli artigiani iscritti nell’albo di cui alla legge regionale 5 agosto 2013, n. 24 (Norme per lo sviluppo, la promozione e la tutela dell’artigianato pugliese) 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;
- e) ai pescatorie ai cacciatori, singoli o associati, che vendano al dettaglio, i prodotti 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 a usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fungatico e di diritti similari;
 - f) alle attività disciplinate dalla legge regionale 13 dicembre 2013, n. 42 (Disciplina dell'agriturismo) e dalla legge regionale 7 agosto 2013, n. 27 (Disciplina dell'attività ricettiva di Bed and Breakfast □ B&B);
 - g) alle attività disciplinate dal "regolamento recante semplificazione del procedimento per il rilascio dell'autorizzazione alla somministrazione di alimenti e bevande da parte di circoli privati", emanato con decreto Presidente della Repubblica 4 aprile 2001, n. 235;
 - h) alle attività di somministrazione svolte in forma occasionale e completamente gratuita;
 - i) a chi venda o esponga 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 supporto informatico;
 - j) 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) e successive modifiche;
 - k) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o enti territoriali che vendano pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto informatico, di propria o altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività;
 - l) alla vendita effettuata a favore degli spettatori nei cinema, teatri e altri luoghi di pubblico spettacolo, durante le rappresentazioni.

Il "Codice del Commercio" ha precisato all'articolo 2 le finalità dell'intervento legislativo regionale:

Articolo 2: Finalità

1. La presente legge, nel rispetto della normativa comunitaria e delle disposizioni legislative dello Stato in materia di tutela della concorrenza, persegue le seguenti finalità:
 - a) la tutela dei consumatori, in riferimento a quanto previsto dal decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, (Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229), e dalla legge regionale 15 maggio 2006, n. 12 (Norme per l'attuazione delle politiche infavore dei consumatori e degli utenti) e in particolare:
 - 1) la tutela della salute;
 - 2) la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi;
 - 3) una adeguata informazione e una corretta pubblicità;
 - 4) l'esercizio delle pratiche commerciali secondo i principi di buona fede, correttezza e lealtà;
 - 5) l'educazione al consumo;
 - 6) la correttezza, trasparenza e equità nei rapporti contrattuali concernenti beni e servizi;
 - 7) la possibilità di usufruire di una rete distributiva articolata per tipologia e modalità di approvvigionamento;
 - b) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
 - c) lo sviluppo della capacità di servizio della rete distributiva secondo criteri di efficienza e modernizzazione, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
 - d) tener conto delle esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l'ordinamento comunitario, con particolare riferimento alla corretta

articolazione del servizio sul territorio e al contemperamento della libertà di iniziativa economica privata con l'utilità sociale della stessa, ex articolo 41 della Costituzione;

- e) l'equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali in rapporto con l'uso del suolo e delle risorse territoriali, in raccordo con le disposizioni della legge regionale 31 maggio 1980, n. 56 (Tutela ed uso del territorio) e della legge regionale 27 luglio 2001, n. 20 (Norme generali di governo e uso del territorio) e più in generale alla mitigazione degli impatti ambientali e sociali;*
- f) il concorso alla valorizzazione delle produzioni tipiche pugliesi, dell'artigianato anche nelle sue diverse espressioni territoriali, tradizionali produttive e artistiche, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale;*
- g) il mantenimento e la valorizzazione della funzione commerciale, sulla base delle specificità dei diversi territori, con riferimento ai centri storici e alle aree urbane; alle aree periferiche e di nuova urbanizzazione; alle aree rurali e ai comuni con minore dotazione di servizio;*
- h) la qualificazione e l'aggiornamento delle imprese che vendono al dettaglio e somministrano alimenti e bevande, con particolare riguardo ai titolari d'impresa commerciale al dettaglio e dei lavoratori del settore;*
- i) la creazione di un sistema di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva regionale, attraverso il coordinamento operativo tra Regione, comuni e camere di commercio per la gestione dei flussi informativi;*
- j) la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, anche attraverso un sistema decisionale coordinato tra Regione e comuni;*
- k) l'articolazione del servizio sul territorio al fine di minimizzare gli spostamenti generati dalla funzione commerciale con particolare riguardo agli effetti delle strutture commerciali sulla rete stradale e sull'uso di mezzi di trasporto pubblici e privati;*
- l) la salvaguardia e lo sviluppo qualificato dei livelli occupazionali nel rispetto dei CCNL e della contrattazione territoriale;*
- m) favorire iniziative che presentino un'aparticolare valenza di riqualificazione del territorio, di innovazione della rete distributiva, di sviluppo dei livelli occupazionali, di recupero di aree dismesse o degradate e/o che siano oggetto di accordi territoriali che vedano il coinvolgimento della Regione e degli enti locali;*
- n) favorire l'ammodernamento della rete distributiva dei carburanti garantendo una sufficiente articolazione del servizio, incrementando anche qualitativamente i servizi resi all'utenza e promuovendo la diffusione dei carburanti eco-compatibili;*
- o) garantire il diritto di informare ed essere informati attraverso una rete di vendita dedicata all'informazione, articolata in maniera omogenea ed equilibrata sull'intero territorio regionale.*
- o) bis favorire una pianificazione del territorio e della rete di vendita nel rispetto dei criteri di sostenibilità e di risparmio del consumo di suolo, preferendo le aree già urbanizzate, degradate o dismesse, sottoutilizzate, da riqualificare o rigenerare, anche al fine di non compromettere l'ambiente e il paesaggio.*

Infine, con specifico riferimento alle attività di pianificazione commerciale da parte dei Comuni, il "Codice del Commercio" ha dettato disposizioni estremamente precise che sono state riepilogate nell'articolo 12 della legge regionale.

Art.12:Strumenticomunalidiprogrammazioneeincentivazione

- 1. I comuni per l'esercizio delle funzioni di loro competenza, consultate le organizzazioni di cui all'articolo 3, si dotano attraverso un atto unico o con più provvedimenti fra loro coordinati, del documento strategico del commercio e delle norme previste dal presente articolo.*
- 2. Il Documento strategico del commercio ha i seguenti contenuti minimi:*
 - a. un'analisi dello stato del commercio costituita almeno da:*
 - 1. una quantificazione del fenomeno commerciale comprendente gli esercizi di vicinato suddivisi per settore merceologico, la localizzazione e la classificazione di ciascuna media e*

- grande struttura esistente, la consistenza dei mercati, dei posteggi isolati e delle fiere con relative date e aree di svolgimento, la dotazione di pubblici esercizi, di rivendite di giornali e riviste e dei distributori di carburante;*
- 2. lamappaturadellepossibilitàdiinsediamentodi strutturecommercialiedidistributoridi carburante, delle relative condizioni normative e requisiti di insediamento previste dagli strumenti urbanistici vigenti;*
 - b. una valutazione dei problemi del commercio, con riferimento alle diverse zone del comune e alle diverse tipologie di attivitàe dell'adeguatezzadelle previsioni di insediamentodi medie e grandi strutture di vendita;*
 - c. l'individuazione delle eventuali aree da sottoporre a misure di incentivo di cui all'articolo 13;*
 - d. le linee di intervento per la soluzione delle criticità individuate.*
- 3. Il documento strategico del commercio è inviato alla Regione e costituisce elemento di valutazione necessario per la conferenza dei servizi per il rilascio dell'autorizzazione per grandi strutture di vendita. In assenza di tale provvedimento la Regione valuta l'autorizzazione sulla base delle finalità di cui all'articolo 2, dei provvedimenti di cui all'articolo 3 e delle norme generali contenute nella presente legge.*
- 4. Il comune definisce:*
- a. i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e le strutture di interesse locale, i parametri per la graduazione e le modalità attuative delle aree urbanisticamente idonee per l'insediamento di medie strutture di vendita e delle strutture di interesse locale. Le previsioni sono articolate secondo i settori merceologici, le tipologie dimensionali e le modalità insediative;*
 - b. gli strumenti di promozione e sviluppo del commercio definiti all'articolo 13;*
 - c. le direttive e gli indirizzi per l'insediamento e il funzionamento delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, di rivendite giornali e riviste e di distributori di carburante;*
 - d. i parametri di sviluppo del commercio su aree pubbliche costituite da:*
 - 1. le determinazioni in materia di fiere e mercati che comprendono la creazione di nuove fiere e mercati, il loro trasferimento, modifica e razionalizzazione, il numero e le dimensioni dei posteggi;*
 - 2. le eventuali determinazioni di carattere merceologico;*
 - 3. la definizione delle eventuali priorità integrative nelle assegnazioni dei posteggi;*
 - 4. la definizione di disposizioni a favore di consorzi di operatori, compresa la possibilità di affidare ad associazioni di categoria e a loro consorzi, nonché a società ed enti a essi collegati o da loro controllati, mediante apposita convenzione, la gestione dei servizi connessi alle aree mercatali e alle fiere, assicurando il controllo sui livelli del servizio erogato;*
 - 5. le determinazioni in materia di posteggi per gli operatori appartenenti a categorie particolari di cui all'articolo 30, comma 8, della presente legge e per i produttori agricoli di cui al D.Lgs. 228/2001;*
 - 6. le determinazioni in materia di commercio in forma itinerante compresa l'individuazione di aree aventi valore archeologico, artistico e ambientale nelle quali l'esercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari;*
 - 7. la determinazione delle giornate di svolgimento delle fiere e dei mercati con riferimento alla loro eventuale stagionalità, agli orari di vendita, alle eventuali sospensioni nelle giornate festive e dei mercati straordinari;*
 - 8. le determinazioni per il pagamento dei canoni per l'occupazione di aree pubbliche nonché eventuali agevolazioni ed esenzioni in materia di tributi ed entrate;*
 - e. i comuni emanano in oltre regolamenti per le fiere e i mercati contenenti:*
 - 1. la cartografia dei posteggi con l'indicazione del loro numero progressivo e dell'eventuale destinazione merceologica;*

2. le modalità di accesso degli operatori al mercato o fiera e la regolazione della circolazione pedonale e veicolare;
 3. le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati;
 4. le modalità tecniche di assegnazione dei posteggi nelle fiere e gli avventi diritto;
 5. le modalità e i divieti da osservarsi nell'esercizio dell'attività di vendita;
 6. le norme atte a promuovere una maggiore informazione e tutela dei consumatori;
- f. per mercati con oltre cinquanta posteggi e per le fiere con oltre cento posteggi è obbligatoria l'approvazione del regolamento di cui alla lettera e).

Per le ulteriori disposizioni di carattere specifico si rimanda al precedente **Capitolo 1 “La Normativa in materia di Commercio, Paragrafo 2 “Il Quadro Normativo della programmazione commerciale nella Regione Puglia”**, nel quale sono stati riportati gli articoli del “Codice del Commercio” che hanno un’influenza diretta nella redazione del presente Documento Strategico del Commercio del Comune di Martina Franca.



**Comunedimartinafranca Provincia
di Taranto**

IL PIANO DELLE MEDIE STRUTTURE DIVENDITA

RedattoaisensidellaLeggeRegionePuglia16.04.2015n.24“CodicedelCommercio”, come
modificata dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12,
nonchédelRegolamentoRegionale10settembre2018n.11

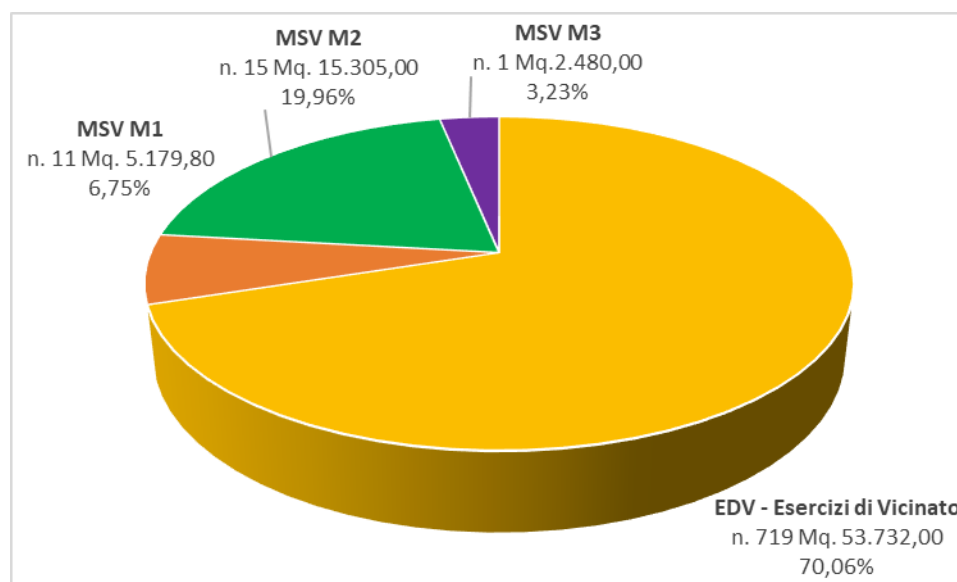
Capitolo 5 Il Piano delle Medie Strutture di Vendita

1. Le strutture commerciali esistenti nel Comune di Martina Franca

La pregressa attività di valutazione del commercio nel Comune di Martina Franca – svolta ai sensi della L.R. 24/2015, art. 12, comma 2 – ha evidenziato che risultano operativi nel territorio di Martina Franca n. 746 esercizi commerciali al dettaglio (con esclusione di quelli che svolgono attività prevalente di farmacia, tabacchi, edicole, distributori di carburante, artigianato, ecc.), per un totale di mq 76.696,80 suddivisi per tipologia dimensionale nel seguente modo:

N.	Tipologia dimensionale	Totale Metri Quadri Vendita	% sul Totale
719	Esercizi di Vicinato (EDV)	53.732,00	70,06
11	Media Struttura Vendita M1	5.179,80	6,75
15	Media Struttura Vendita M2	15.305,00	19,96
1	Media Struttura Vendita M3	2.480,00	3,23
746	Totale	76.696,80	100,00

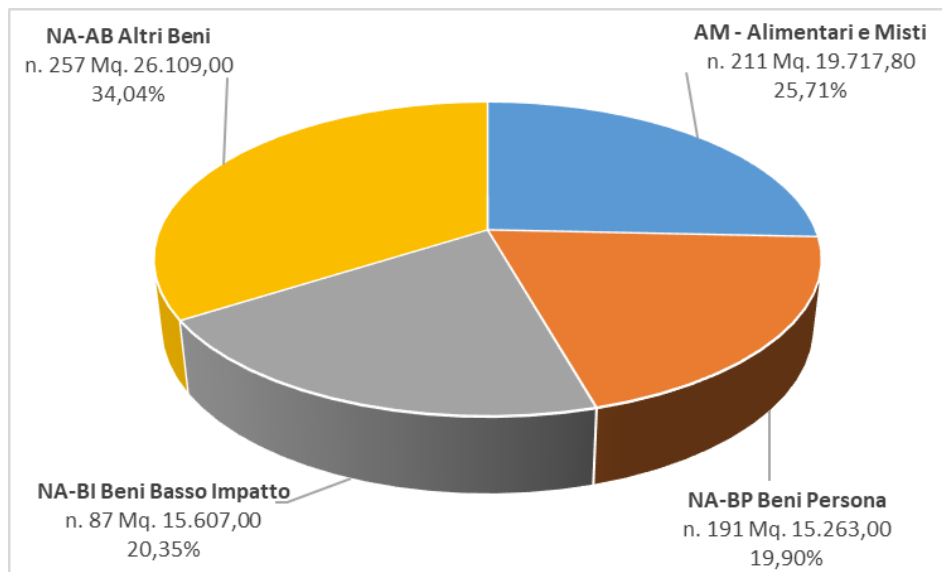
Comune di Martina Franca
Strutture commerciali esistenti classificate per tipologia dimensionale



Ipunti di vendita sopra illustrati sono così classificati per tipologia di settore merceologico:

N.	Tipologia Merceologica	Totale Mq. Vendita	% sul Totale
211	PDV Settore Alimentare e Misto	19.717,80	25,71
191	PDV Settore Non Alimentare - Beni Persona	15.263,00	19,90
87	PDV Settore Non Alimentare - Beni Basso Impatto	15.607,00	20,35
257	PDV Settore Non Alimentare - Altri Beni	26.109,00	34,04
746	Totale	76.696,80	100,00

Comune di Martina Franca
Strutture commerciali esistenti classificate per tipologia merceologica



2. Gli indicatori di servizi utilizzati per la valutazione della rete distributiva

Sulla scorta dei dati rilevati, che sono stati illustrati nei grafici precedenti, è possibile definire una serie di indicatori utili per la valutazione delle variabili riscontrate nella rete distributiva di Martina Franca, quali il rapporto tra rete distributiva e territorio (indice di copertura territoriale, indice di densità) e la dotazione di servizio al consumatore delle varie tipologie commerciali (indice di servizio al consumatore, indice di distribuzione).

In particolare saranno elaborati quattro indicatori utili a valutare le condizioni di equilibrio della struttura commerciale ed il livello di servizio garantito offrendo uno strumento di benchmark immediato rispetto all'organizzazione della rete distributiva:

1. **Indice di Servizio al Consumatore (IS)**;
2. **Indice di Distribuzione Territoriale (ID)**;
3. **Indice di Copertura Territoriale (ICT)**;
4. **Indice di Densità Territoriale (IDT)**;

1. L'**Indice di Servizio al Consumatore (IS)** è ricavato dal calcolo delle superfici di vendita disponibile per ogni mille abitanti nelle diverse tipologie merceologiche e dimensionali, secondo la seguente formula:

$$IS = \frac{MQV}{Ab./1000}$$

grazie alla quale l'indice di servizio al consumatore è dato dal totale dei metri quadri di vendita di superficie commerciale diviso per la popolazione espressa in migliaia.

2. L'**Indice di Distribuzione Territoriale (ID)** è dato dal rapporto tra il numero dei punti di vendita e la popolazione dell'area presa in considerazione. Esso contribuisce a valutare la diffusione dei punti di vendita rispetto alla dotazione di servizio al consumatore, secondo la seguente formula:

$$ID = \frac{N.PD}{VA_{Ab./1000}}$$

3. L'**Indice di Copertura Territoriale (ICT)** è dato dal rapporto tra la superficie di vendita e l'estensione territoriale. Esso può essere articolato sia per merceologia sia per canale distributivo:

$$ICT = \frac{MQV}{KM^2}$$

Esso rappresenta la concentrazione di metri quadri di vendita rispetto all'estensione territoriale e dà dimensione di quanto il servizio sia distribuito, ovvero quanti metri quadri di vendita siano allocati per chilometri quadrato di territorio. Questo rapporto è indicativo di quanto la rete del servizio di vendita sia effettivamente diffusa sulla grandezza scalare del territorio e si potrebbe considerare un'informazione ulteriore rispetto all'Indice di Servizio, che calcola la dotazione di servizio rispetto al dato di popolazione.

Precisiamo che l'informazione fornita da questo indice è perfezionabile: l'estensione territoriale qui utilizzata non fa riferimento al continuo abitato dei comuni, ma alla sua estensione territoriale in senso lato. Tuttavia, con la progressiva digitalizzazione cartografica dei comuni, si avrà maggiore puntualità dei dati degli aggregati urbani e quindi, maggiore precisione dell'Indice di Copertura territoriale.

4. L'**Indice di Densità Territoriale (IDT)** rappresenta la distribuzione sul territorio della rete di vendita. Esso viene utilizzato per analizzare il grado di prossimità del servizio di vendita rispetto ai cittadini sul territorio, individuando la quantità di territorio servito da ogni singolo punto vendita. Il dato aiuta a comprendere la probabilità di vicinanza del servizio distributivo al cittadino. Un rapporto alto può suggerire una maggiore probabilità di vicinanza del servizio distributivo al cittadino:

$$\text{IDT} = \frac{\text{N.PDV}}{\text{KMQ}}$$

Anche per quest'indice valgono le considerazioni svolte per l'indice di copertura territoriale per quanto attiene alla giustezza e precisione dell'indicatore, giacché l'estensione territoriale qui utilizzata non fa riferimento al continuo abitato dei comuni, ma alla sua estensione territoriale in senso lato.

2.1 Indicatori di servizio delle Medie Strutture di Vendita nel Comune di Martina Franca

Gli indicatori di servizio permettono di mettere in relazione il numero dei punti di vendita (PDV) e le superficie di vendita (MQV) delle Medie Strutture di Vendita, con i dati territoriali restituendo la dotazione di servizio commerciale in funzione della popolazione e/o dell'estensione dell'ambito urbano.

Il numero di Medie Strutture di Vendita presenti nel Comune di Martina Franca è di **27 unità**, per uno sviluppo di superficie di vendita complessiva pari a **mq. 22.964,80**.

Sulla scorta di questi dati, la dotazione di servizio di Medie Strutture di Vendita di Martina Franca risulta essere così determinata:

IS-Indice di Servizio (Mq. Vendita ÷ Popolazione ÷ 1000)

Metriquadrativendita **487,92** ogni 1000 abitanti;

ID-Indice di Distribuzione Territoriale (N.PDV ÷ Popolazione ÷ 1000)

= n. punti/vendita per ogni 1000 abitanti;

ICT-Indice di Copertura Territoriale (Metriquadrativendita ÷ Km². Estensione)

= metriquadrativendita **76,88** per Km².

IDT-Indice di Densità Territoriale (Numero Punti Vendita ÷ Km². Estensione)

= numero punti vendita **0,09** per Km².

3. Il Piano delle Medie Strutture di vendita

Le indicazioni del presente Piano delle Medie Strutture di Vendita del Comune di Martina Franca sono sviluppate nel rispetto del principio di libertà di accesso, di organizzazione e di svolgimento. Esse individuano e tengono conto delle esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l'ordinamento comunitario, ai fini della valutazione delle domande e degli interventi previsti.

La programmazione delle Medie Strutture di Vendita persegue le seguenti finalità:

- minimizzare l'impatto delle medie strutture di vendita sul territorio in termini ambientali, urbanistici e sociali;
- favorire la trasformazione e l'ampliamento delle strutture esistenti, anche attraverso la possibilità di riallocazione in aree all'interno del Comune, in cui possano sviluppare una maggiore capacità di servizio;
- favorire gli insediamenti nelle aree territoriali che presentano deficit di servizio;
- tener conto delle specificità territoriali ed del livello di servizio all'utente presente e atteso;
- tener conto della mobilità determinata dal progetto, con particolare riguardo agli effetti sulla rete stradale e sull'uso di mezzi di trasporto pubblici e privati;
- favorire iniziative che presentino una particolare valenza di riqualificazione del territorio, di

innovazione della rete distributiva, di sviluppo dei livelli occupazionali, di recupero di aree dismesse o degradate;

- favorire gli interventi oggetto di un accordo territoriale, che garantisca il coinvolgimento dell'ente locale, che identifichi l'iniziativa come strategica per lo sviluppo del territorio;
- tutelare il diritto del consumatore ad avvalersi di una rete distributiva effettivamente articolata per tipologia e prossimità.

Le norme del presente Piano delle Medie Strutture del Comune di Martina Franca hanno validità tre anni dalla data della sua entrata in vigore e rimangono comunque valide fino all'approvazione del provvedimento successivo.

Ai fini della redazione del successivo documento di programmazione, il Comune di Martina Franca verificaglieffettidelpresentepianoelasuarispondenzaallefinalitàdileggeepredisporre eventuali proposte di aggiornamento che vengono approvate con le modalità previste dalla legge.

Lapropostadinuovo regolamento viene predisposta120 giorniprima dellascadenzadei tre annie approvataconlemodalitàprevistedallalegge,avvalendosianchedei listudipredisposti dall'Osservatorio Regionale sul Commercio.

Il presentePiano definisce i parametri di sostenibilità degli interventi e fissa la soglia minima per la loro compatibilità ed ammissibilità. I parametri garantiscono il conseguimento delle finalità di corretta articolazione del servizio sul territorio ed al contemperamento della libertà di iniziativa economica privata con l'utilità sociale della stessa ex art. 41 Costituzione, all'equilibrio funzionale e insediativo delle strutture in rapporto con l'uso del suolo e del territorio e alla mitigazione degli impatti ambientali.

3.1 Norme di riferimento per l'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di una media struttura

Ai sensi di quanto disposto della Legge Regionale 16 aprile 2015 n. 24 "Codice del Commercio", articolo 17, così come aggiornato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, e del Regolamento Regionale 10 settembre 2018, n. 11, le Medie Strutture di Vendita sono sottoposte alla seguente disciplina:

Comma2

In linea con quanto disposto dal D.Lgs. 222/2016:

- a) l'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di vendita di una media o grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal comune competente per territorio;
- b) l'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore merceologico e l'ampliamento della superficie di vendita di un centro commerciale, un'area commerciale integrata o un parco commerciale necessitano di autorizzazione da richiedersi a cura del suo promotore o, in assenza, congiuntamente da tutti i titolari degli esercizi commerciali che vi danno vita. E' necessario procedere all'ottenimento dell'autorizzazione o alla presentazione della SCIA per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti all'interno della grande struttura complessa a seconda del regime applicabile a ciascuno di essi in relazione alle rispettive dimensioni.

Comma5

Nelladomandaperilrilasciodelleautorizzazioniidicuiilcomma2,l'interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5;
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- c) l'eventuale documentazione richiesta ai sensi del comma 8;
- d) l'impegno al rispetto del CCNL.

Comma6

Il Comune di Martina Franca adotta le norme sul procedimento concernenti le domande relative alle Medie Strutture di Vendita, stabilisce il termine, comunque non superiore ai novanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e

snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della L. 241/1990 e s.m.i.

Comma8

Le norme sulle procedure di valutazione delle domande, anche nel caso di domande concorrenti, e sulla documentazione necessaria alla presentazione, sono contenute nella normativa di cui all'articolo 3 della L.R. 24/2015 (lettere a, c) e sono coordinate con quanto previsto dalle norme sulla valutazione dell'impatto ambientale.

Comma9

Le procedure di valutazione sono volte a:

- a) garantire la trasparenza del procedimento e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi della L. 241/1990 e s.m.i.;
- b) garantire l'insediamento in aree adeguate dal punto di vista urbanistico e ambientale;
- c) garantire la concorrenza tra diverse aree di insediamento al fine di assicurare la migliore qualità degli insediamenti;
- d) definire il termine, comunque non superiore a centottanta giorni dalla richiesta, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego.

Comma14

L'attivazione dell'autorizzazione deve essere effettuata integralmente entro un anno dal rilascio per le medie strutture di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità. La proroga viene concessa per non più di due volte dal Comune di Martina Franca.

Comma14 bis

E' concedibile una ulteriore proroga di un anno, a condizione che sussista un avanzamento edilizio e commerciale almeno pari al 50 per cento del progetto. In ogni caso l'ulteriore proroga è subordinata alla sottoscrizione dell'atto unilaterale d'obbligo previsto dal comma 10. Il regolamento attuativo di cui all'articolo 3 stabilisce le modalità di verifica di tali condizioni.

Comma15

Il cambiamento merceologico dell'esercizio o di parte della sua superficie di vendita è subordinato ad autorizzazione, se si tratta di un cambiamento in medie e grandi strutture di vendita da settore alimentare a non alimentare o da non alimentare ad alimentare.

3.2 Limiti insediativi di eventuali nuove Medie Strutture di Vendita per zone di localizzazione e modalità per la presentazione delle domande.

Il Piano Regolatore Generale di Martina Franca – definitivamente approvato con Delibera Giunta Regionale N.° 1501 del 05.03.1984 - prevede una specifica classificazione di destinazione urbanistica per le varie porzioni del territorio comunale.

Assunta come imperativa ed ineludibile la coerenza della destinazione d'uso urbanistica delle porzioni urbane interessate, l'eventuale insediamento e/o trasferimento di nuove Medie Strutture di Vendita nel territorio del Comune di Martina Franca potrà realizzarsi con i seguenti limiti insediativi

ZoneA

ZonaA	Zona di risanamento o restauro conservativo
-------	---

Possono insediarsi solo Medie Strutture di Vendita di tipologia M1 (251-600) con possibilità di monetizzazione delle aree a parcheggio

Nelle Zone A, ove ammesso dalla pianificazione urbanistica vigente, possono insediarsi unicamente Medie Strutture di Vendita di tipologia M1 (mq. 251 - 600).

In detta Zona A è inoltre possibile prevedere la monetizzazione parziale o totale degli standard pertinenziali della superficie di parcheggi dovuti, secondo i seguenti criteri di monetizzazione:

Tipologia Merceologica	M1 (mq. 251 - 600)
AM-Alimentare emisto	€20,00/mq.

NA-BP-NonAlimentariBeni Persona	€20,00/mq.
NA-BI-BeniaBassoImpatto	€15,00/mq.
NA-AB-NonAlimentariAltriBeni	€15,00/mq.

Larelativaconvenzioneconl'AmministrazioneComunaledovràesserevincolataaffinchégliintroiti recuperati con la monetizzazione vengano utilizzati per migliorare la dotazione di parcheggi dell'area, la sua accessibilità, la sua riqualificazione nonché per la realizzazione di opere di arredo urbano (Regolamento Regionale 10 settembre 2018, n. 11, articolo 3, comma 2).

ZoneB

Zona-B	Zonadiristrutturazioneedilizia
Zona-C	Zonadicompletamentodeinuoviquartieriincostruzione

Possono insediarsi Medie Strutture di Vendita di tipologia M1 (mq. 251 - 600) e di tipologia M2 (mq. 601 - 1500) con possibilità di monetizzazione delle aree a parcheggio

Nelle Zone B, ove ammesso dalla pianificazione urbanistica vigente, - in presenza di progetti di sviluppo e promozione del commercio come definiti dall'articolo 13 della L.R. 24/2015 e previa convenzione a stipularsi con l'Amministrazione Comunale - è possibile prevedere per le sole MSV di tipo M1 la monetizzazione parziale o totale degli standard pertinenti della superficie di parcheggi dovuti, secondo i seguenti criteri di monetizzazione:

TipologiaMerceologica	M1(mq.251-600)	M2(mq.601-1.500)
AM-Alimentareemisto	€100,00/mq.	NOmonetizzazione
NA-BP-NonAlimentariBeni Persona	€100,00/mq.	NOmonetizzazione
NA-BI-BeniaBassoImpatto	€75,00/mq.	NOmonetizzazione
NA-AB-NonAlimentariAltriBeni	€75,00/mq.	NOmonetizzazione

Larelativaconvenzioneconl'AmministrazioneComunaledovràesserevincolataaffinchégliintroiti recuperati con la monetizzazione vengano utilizzati per migliorare la dotazione di parcheggi dell'area, la sua accessibilità, la sua riqualificazione nonché per la realizzazione di opere di arredo urbano (Regolamento Regionale 10 settembre 2018, n. 11, articolo 3, comma 2).

ZoneC

Zona-E1	Zonadiespansioneemintensiva
Zona-E2	Zonadiespansionepopolareeconomica
Zona-E3	Zonadiespansione,caseisolate
Zona-E4	Zonadiespansioneestensiva,case isolate

Possono insediarsi Medie Strutture di Vendita di tipologia M1 (251-600) - Tipologia M2 (601 - 1500).

Nelle Zone E di Espansione, ove ammesso dalla pianificazione urbanistica vigente, possono insediarsi Medie Strutture di Vendita di tipologia M1 (251- 600) e di Tipologia M2 (601 - 1500), con possibilità di monetizzazione delle aree a parcheggio per le sole M1 e senza possibilità di monetizzare per le M2, secondo i seguenti criteri di monetizzazione:

TipologiaMerceologica	M1(mq.251-600)	M2(mq.601-1.500)
AM-Alimentareemisto	€100,00/mq.	NOmonetizzazione
NA-BP-NonAlimentariBeni Persona	€100,00/mq.	NOmonetizzazione
NA-BI-BeniaBassoImpatto	€75,00/mq.	NOmonetizzazione
NA-AB-NonAlimentariAltriBeni	€75,00/mq.	NOmonetizzazione

ZoneIndustriali

ZonaL	Zonaindustrial
-------	----------------

Nelle Zone Industriali, ove ammesso dalla pianificazione urbanistica vigente, possono insediarsi Medie

Strutture di Vendita di tipologia M1 (251-600) - Tipologia M2 (601 - 1500) e Tipologia M3 (1501-2500), con possibilità di monetizzazione per le sole M1, nella misura di €. 50,00 mq per qualsiasi tipologia di vendita. Non è consentita la monetizzazione per le Tipologie M2 e M3.

ZoneE

Zona-F1	Zona agricola Valled'Itria e Zona agricola special
Zona F2-1	Zona propriamente Agricola
Zona F2-2	Zona agricola residenziale
Zona F2-3	Zona boschiva

Nelle Zone E non è consentita alcuna autorizzazione per l'apertura o il trasferimento di Medie Strutture di vendita.

ZoneF

Zona H1	Zona verde pubblico
Zona S	Zona attrezzature collettive

Nelle Zone di uso pubblico o ve ammesso dalla pianificazione urbanistica vigente, è consentita l'apertura o il trasferimento di Medie Strutture di Vendita di sola Tipologia M1 (251-600), secondo i seguenti criteri di monetizzazione:

Tipologia Merceologica	M1 (mq. 251- 600)
AM-Alimentare emisto	€30,00/mq.
NA-BP-Non Alimentari Beni Persona	€30,00/mq.
NA-BI-Benia Basso Impatto	€25,00/mq.
NA-AB-Non Alimentari Altri Beni	€25,00/mq.

Le aperture, gli ampliamenti, le trasformazioni ed ogni altra modifica sono subordinati all'impegno assunto dal proponente a concorrere alla mitigazione degli impatti generati, attraverso il versamento di un contributo finalizzato alla realizzazione di iniziative di riqualificazione delle aree a rischio di tenuta della rete distributiva.

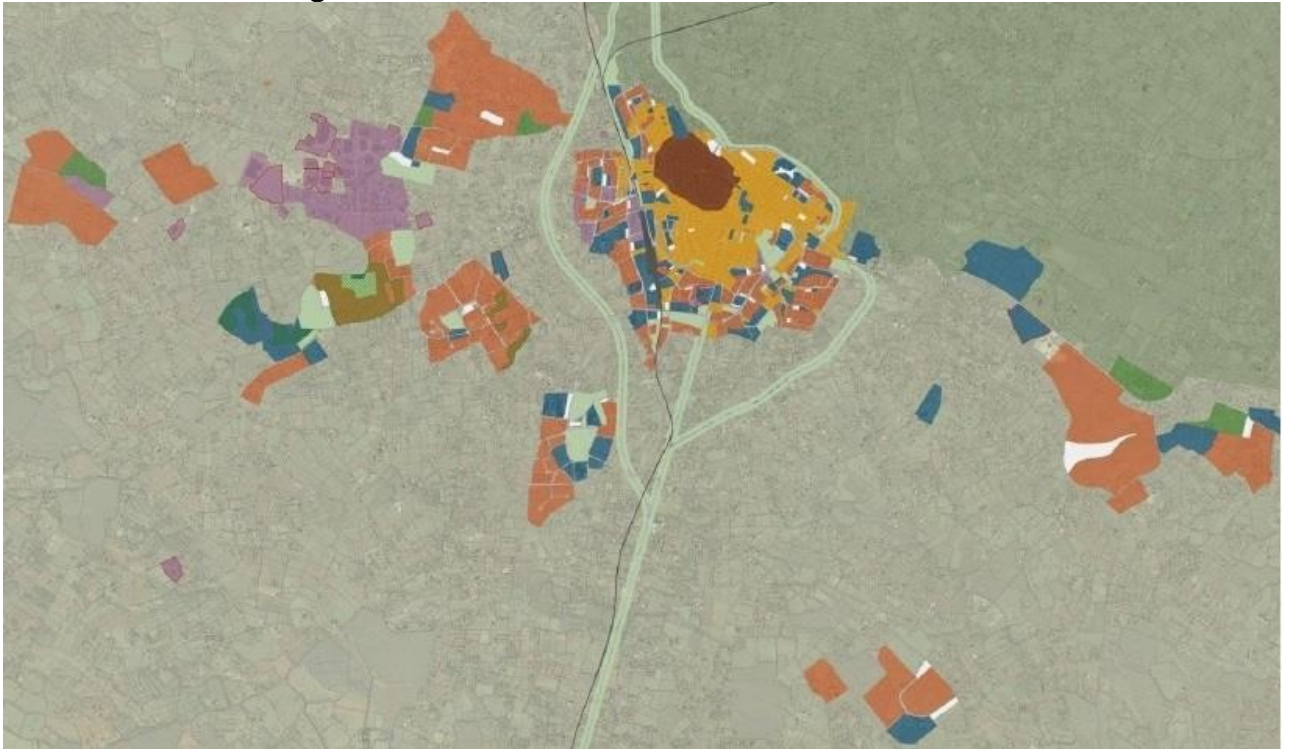
L'importo del contributo alla mitigazione degli impatti generati è da considerare "*una tantum*" ed è definito in funzione della superficie commerciale autorizzata, della tipologia merceologica e della tipologia dimensionale della media struttura a realizzarsi secondo il seguente prospetto:

Tipologia Merceologica	M1 (mq. 251-600)	M2 (mq. 601-1.500)	M3 (mq. 1.501-2.500)
AM-Alimentare emisto	€ 50,00/mq.	€ 35,00/mq.	€ 20,00/mq.
NA-BP-Non Alimentari Beni Persona	€ 50,00/mq.	€ 35,00/mq.	€ 20,00/mq.
NA-BI-Benia Basso Impatto	€ 30,00/mq.	€ 17,00/mq.	€ 13,00/mq.
NA-AB-Non Alimentari Altri Beni	€ 30,00/mq.	€ 17,00/mq.	€ 13,00/mq.

Gli importi rivenienti dai contributi per le aperture, gli ampliamenti, le trasformazioni ed ogni altra modifica delle Medie Strutture di Vendita sono vincolati all'utilizzazione nella definizione e realizzazione di iniziative di riqualificazione delle aree a rischio di tenuta della rete distributiva per l'area individuata al precedente Capitolo 3 - La programmazione della rete distributiva, Paragrafo 3 - Individuazione delle aree da sottoporre a misure di incentivo.

Di seguito l'illustrazione grafica delle zone urbanistiche del Comune di Martina Franca, con relativa legenda di destinazione urbanistica, come richiamata del D.P.P. approvato con Delibera di C.C. n.102 del 11/03/2015.

CartografiadellaZonizzazioneUrbanisticadiMartinaFranca



LegendaZonizzazionePRG

	Zona A	Zona A - Zona di risanamento e restauro conservativo
	Zona B1	Zona B - Zona di ristrutturazione edilizia
	Zona B2	Zona C - Completamento dei nuovi quartieri in costruzione
	Zona C1	Zona E1 - Zona di espansione semintensiva
	Zona C2	Zona E2 - Zona per edilizia popolare ed economica
	Zona C3	Zona E3 - Zona di espansione, case isolate
	Zona C4	Zona E4 - Zona di espansione estensiva, case isolate
	Zona D	Zona L - Zona industriale
	Zona F	Zona H1 - Verde pubblico Zona S - Attrezzature collettive
	Vincoli di PRG verde privato	Zona H2 - Verde privato
	Vincoli di PRG parcheggi	Parcheggi
	Zona E1	Zona F1 - Zona agricola valle d'Itria e zona agricola speciale
	Zona E2	Zona F2/1 - Propriamente agricola
	Zona E3	Zona F2/2 - Zona Agricola Residenziale
	Zona E4	Zona F2/3 - Boschi

3.3 Nuovi contesti dopo l'adozione del Piano Urbanistico Generale

Con Delibera di Consiglio Comunale n. 55 del 25/07/2024 è stato adottato il Piano Urbanistico Generale che articola il territorio comunale in Contesti Rurali e Contesti Urbani.

I Contesti Rurali sono articolazioni dello spazio rurale connotate da uno o più specifici caratteri dominanti sotto il profilo ambientale, paesistico, storico culturale, insediativo, da altrettanto specifiche e significative relazioni e tendenze evolutive che le interessano, e pertanto, da conseguenti politiche urbanistiche definite dal PUG.

I Contesti Rurali, individuati in coerenza con la pianificazione sovraordinata territoriale e paesaggistico ambientale, sono articolati come segue:

- CR1.1 Contesto rurale della campagna abitata a prevalente valore ambientale e paesaggistico
- CR1.2 Contesto rurale a prevalente valore ambientale e paesaggistico
- CR2 Contesto rurale della campagna abitata a prevalente funzione agricola
- CR3.1 Contesto rurale della campagna abitata multifunzionale
- CR3.2 Contesto rurale multifunzionale

I Contesti Urbani sono parti di territorio urbanizzato caratterizzate da differenti condizioni di assetto fisico e funzionale e da specifiche tendenze di trasformazione del patrimonio edilizio e delle condizioni socio-economiche cui il PUG associa differenti obiettivi progettuali a fini della qualificazione dello sviluppo sostenibile della città di Martina Franca.

I Contesti Urbani sono articolati come segue:

CONTESTI URBANI STORICI DA TUTELARE E VALORIZZARE:

CU1.1 STORICO - NUCLEO COMPATTO

CU1.2 STORICO - CORTINA EXTRAMURALE

CU1.3 STORICO - PRIMA ESPANSIONE

CONTESTI URBANI CONSOLIDATI E DA CONSOLIDARE, MANUTENERE E QUALIFICARE:

CU2.1 PAOLOTTI-SAN MICHELE

CU2.2 SECONDA ESPANSIONE

CU2.3 FABBRICA ROSSA

CU2.4 VOTANO

CU2.5 CARMINE

CONTESTI URBANI IN FORMAZIONE IN MODALITA' ACCENTRATE O DIFFUSE, DA COMPLETARE E CONSOLIDARE:

CU3.1 BELVEDERE VALLE D'ITRIA

CU3.2 CUPA

CU3.3 SANITÀ

CU3.4 FERROVIA

CU3.5 PALOMBELLE

CONTESTI URBANI PERIFERICI E MARGINALI:

CU4.1 PERGOLO

CU4.2 GIULIANI

CU4.3 SAN PAOLO

CU4.4 VIA LOCOROTONDO

CONTESTI URBANI DI RICUCITURA:
 CU 5.1 RICUCITURA GIULIANI
 CU 5.2 RICUCITURA PERGOLO

CONTESTI URBANI PRODUTTIVI:
 CU6.1 CICERONE
 CU6.2 POZZO TRE PILE

3.4 Criteri per l'insediamento di nuove strutture di vendita

Il rilascio delle autorizzazioni per nuove Medie Strutture di Vendita potrà avvenire a condizione che l'impatto della struttura sul territorio sia considerato compatibile dal punto di vista socio-economico, nonché da quelli infrastrutturale, urbanistico, ambientale e paesaggistico.

L'intervento commerciale dovrà essere realizzato nelle aree dichiarate urbanisticamente idonee dal vigente strumento urbanistico e potrà essere considerato compatibile se risulterà consono ai seguenti criteri di insediamento suggeriti dall'art. 11 del Regolamento Regionale 11/2018:

PARAMETRO1 COMPATIBILITÀ SOCIO-ECONOMICA ED OCCUPAZIONALE		
N.	CRITERIO	PUNTI
1	Dotazione di servizio al consumatore di medie strutture nella zona oggetto di insediamento	
A	Sportello Bancomat	2
B	Punto ricarica veicoli elettrici	5
c	Presenza impianto fotovoltaico per alimentazione punto ricarica	5
d	Creazione di comunità energetica	10
e	Wi-Fi libero area coperta	1
f	Wi-Fi libero area esterne	1
g	Punto ricarica U.S.B.	2
h	Pit Stop Baby – Servizio Nursery con fasciatoio scaldabiberon	3
i	Postazione attrezzata per lavoro agile (smart working)	3
l	Distributore di acqua depurata potabile gratuita per gli avventori	2
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 1 - DOTAZIONE DI SERVIZIO AL CONSUMATORE	15
2	Ricadute occupazionali del nuovo punto di vendita <i>Impegni assunti dal proponente sui livelli occupazionali diretti (con l'esclusione dell'indotto), garantiti, con applicazione di regolare contratto di lavoro, previsti all'avvio e valutati in proporzione alle ore lavorate. Il numero degli occupati corrisponde al numero di unità lavorativa/anno (ULA), cioè al numero medio mensile di dipendenti occupati a tempo pieno durante un anno, mentre quelli a tempo parziale e quelli stagionali rappresentano frazioni di ULA.</i>	
a	Impegno all'assunzione di personale nella struttura commerciale nel rispetto del CCNL, punti 1 ogni 3 ULA, con un massimo di punti	5
b	Impegno all'assorbimento di manod'opera nel settore a rischio di disoccupazione nel rispetto del CCNL punti 1 ogni 3 ULA, con un massimo di punti	5
c	Intervento proposto all'interno di un progetto di più ampio sviluppo del territorio che complessivamente, insieme agli interventi di natura non commerciale, garantisca almeno 15 (ULA) nuovi occupati nel rispetto del CCNL, fino ad un massimo di punti	10
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 2 - RICADUTE OCCUPAZIONALI DEL PUNTO VENDITA	10
<i>Ipunteggi di cui ai punti a) e b) sono alternative non cumulabili con quelli del punto c).</i>		
3	Impatto sulla rete distributiva esistente e integrazione con la stessa <i>(presenza di strutture commerciali impattanti nella zona di insediamento)</i>	
a	Presenza nella zona di insediamento di medie strutture di tipo M3	0
b	Presenza nella zona di insediamento di medie strutture di tipo M2	3
c	Presenza nella zona di insediamento di medie strutture di tipo M1	5
d	Nessuna presenza nella zona di insediamento di medie strutture	10
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 3 - IMPATTO SULLA RETE DISTRIBUTIVA	10
PUNTEGGIO MASSIMO TOTALIZZABILE CON IL PARAMETRO 1		35

PARAMETRO2		
COMPATIBILITÀ INFRASTRUTTURALE, URBANISTICA, AMBIENTALE E PAESAGGISTICA		
N.	CRITERIO	PUNTI
1	Condizioni di accessibilità pedonale, automobilistica, ciclabile e con mezzi di trasporto pubblico locale	
a	Fermata di mezzi pubblici di trasporto collettivo su gomma, pubblico o privato, confermata collocata a meno di 300 metri dall'ingresso della struttura commerciale	5
b	Presenza di aree parcheggio pubbliche raggiungibili a piedi in modo rapido, comodo e sicuro e collocate a meno di 300 metri dall'ingresso della struttura commerciale	5
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 1 – CONDIZIONI DI ACCESSIBILITÀ	5
<i>Ipunteggi previsti per le condizioni di accessibilità non sono cumulabili fra loro.</i>		
	Presenza di spazi pubblici	
a	Presenza di spazi destinati alla fruizione pubblica all'interno del perimetro della struttura (biblioteca, auditorium, aree espositive a fruizione gratuita ad artisti locali, ecc.), in misura non inferiore al 5% della superficie commerciale da autorizzare	5
b	Area verde attrezzata	5
c	Area Giochi bimbi	5
d	Area sgambettamento cani	5
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 2 – PRESENZA DI SPAZI PUBBLICI	10
3	Integrazione funzionale con i sistemi e servizi comunali con l'assetto urbano	
a	Intervento previsto all'interno di una qualsiasi porzione dell'area urbana	5
b	Intervento previsto all'interno del perimetro del Distretto Urbano del Commercio	10
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 3 – INTEGRAZIONE FUNZIONALE CON L'ASSETTO URBANO	10
4	Rapporto con le caratteristiche naturali, paesaggistiche ed ambientali dell'ambito territoriale interessato dall'intervento	
a	Presenza di criticità paesaggistiche ed ambientali non completamente risolvibili quali presenza o vicinanza di elementi di pregio storico, ambientale, urbanistico/architettonico, ovvero sensibilità dell'area all'incremento di inquinamento (atmosferico o acustico) derivante dall'insediamento della struttura	0
b	Assenza di criticità rilevanti, ovvero risolte con soluzioni progettuali che eliminino le criticità già esistenti (cui alla lettera a)	5
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 4 – RAPPORTO CON LE CARATTERISTICHE NATURALI	5
5	Impatto acustico <i>Progetto che preveda l'obiettivo di garantire la mitigazione dell'impatto acustico:</i>	
a	Esternamente all'area (sorgenti interne/esterne, ricettori esterni), fatta salva la presenza di sorgenti esterne di inquinamento acustico	1
b	All'interno dell'area (sorgenti interne, ricettori interni)	4
c	All'interno degli edifici, con particolare attenzione agli ambienti sensibili presenti	5
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 5 – IMPATTO ACUSTICO	5
6	Aumento di traffico generato dal nuovo insediamento Valutazione del grado di criticità della rete stradale già esistente o prevista a seguito della nuova apertura (probabilità di congestione della rete, innesti sulla rete pubblica, ecc.)	
a	Realizzazione di nuove arterie o innesti sulla rete pubblica preesistente	0
b	Soluzioni che, senza comportare un consumo del suolo, costituiscano un miglioramento della viabilità esistente, mediante l'ampliamento di marciapiedi, realizzazioni di rotatorie o soluzioni che, comunque, favoriscano un miglior andamento del traffico	10
c	Nessun nuovo intervento sulla rete stradale	10
	TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 6 – AUMENTO DI TRAFFICO GENERATO DALL'INSEDIAMENTO	10
<i>Ipunteggi previsti per le voci (b) e (c) sono alternativi, quindi non sono cumulabili fra loro.</i>		
	PUNTEGGIO MASSIMO TOTALIZZABILE CON IL PARAMETRO 2	45

PARAMETRO 3		
IMPATTO DELLE STRUTTURE DIVENDITA A FINE DEL CONTENIMENTO DELL'USO DEL TERRITORIO		
N.	CRITERIO	PUNTI
1	Realizzazione di parcheggi	

a	Realizzazione di parcheggi a soche garantiscano la permeabilità dei suoli	5
b	Realizzazione di parcheggi multipiano (almeno 50% dei posti di cui dovuti)	10
c	Realizzazione di parcheggi interrati (almeno 50% dei posti di cui dovuti)	10
TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 1- REALIZZAZIONE DI PARCHEGGI		10

2	Inselementi di strutture che comportino l'uso di territori urbanizzati utilizzando ad esempio gli ambiti di riqualificazione urbana	
a	Intervento che preveda un progetto di utilità pubblica finalizzato alla valorizzazione di territorio già urbanizzato, specificatamente in ambiti di riqualificazione urbana. <i>Il progetto deve essere incluso in un accordo fra Comune e soggetto privato attuatore, che definisca la rilevanza pubblica dell'iniziativa che può essere costituita dalla previsione di soluzioni progettuali e realizzative in ambiti di riqualificazione urbana, che siano in grado di integrare le diverse funzioni: commerciali e para commerciali (pubblici esercizi e artigianato di servizio), direzionali, ludiche e servizi di pubblica utilità alla città e al quartiere, oppure da caratteristiche di particolare innovatività ed interesse della formula distributiva per il territorio comunale, in relazione alla proposta assortimentale, alle tecniche di vendita, ecc.</i>	10
TOTALE PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO 2- INSELEMENTI DI STRUTTURE		10
PUNTEGGIO MASSIMO TOTALIZZABILE CON IL PARAMETRO 3		20

Riepilogo dei punteggi massimi raggiungibili per singolo parametro:

Parametro	Punteggio
Parametro 1 COMPATIBILITÀ SOCIO-ECONOMICA ED OCCUPAZIONALE	35
Parametro 2 COMPATIBILITÀ INFRASTRUTTURALE, AMBIENTALE, URBANISTICA, E PAESAGGISTICA	45
Parametro 3 IMPATTO DELLE STRUTTURE DI VENDITA A FINE DEL CONTENIMENTO DELL'USO DEL TERRITORIO	20
TOTALE	100

L'intervento commerciale potrà essere considerato compatibile, equo e autorizzabile, se riporterà il seguente **punteggio minimo**:

Per le strutture M1: punteggio di 40 su 100 attribuibili (complessivamente)

Per le strutture M2: punteggio di 70 su 100 attribuibili (complessivamente)

Per le strutture M3: punteggio di 80 su 100 attribuibili (complessivamente)

4. Schema di Convenzione

Monetizzazione degli standard pertinenti di parcheggi di Media Strutturati di Vendita di tipo _____, in deroga all'art. 2, comma 2°, del Regolamento Regionale n. 11 del 10.09.2018, secondo quanto previsto dall'art. 3, comma 1°, del medesimo Regolamento

L'anno duemila....., il giorno..... del mese di..... in Martina Franca, presso la sede comunale, con la presente scrittura privata, autenticata nelle sottoscrizioni da..... a ciò abilitato ai sensi dell'art. 97, comma 4, lett. c), del D.Lgs. n. 267/2000 s.m.i., in esecuzione della determinazione dirigenziale n..... del..... (all. A) esecutiva.

TRA

Il Comune di Martina Franca (di seguito per brevità indicato come "Comune"), Cod. Fisc. 00280760737, in rappresentanza del quale interviene il Dirigente del Settore.....;

E

Laditta..... (di seguito per brevità indicata.....) con sede legale in

....., via P.I.
....., nella persona di
..... nato a il
....., in qualità di
.....

PREMESSOCHE

con Delibera del Consiglio Comunale n..... del..... avente ad oggetto”.....” si provvedeva, ad introdurre il contributo “*una tantum*” per carenza di parcheggio di cui all’art. 3 del Regolamento Regionale n. 11 del 10.09.2018, nella fattispecie, nella misura di €, per metro quadro di area a parcheggio non disponibile, in caso di presentazione di istanza di apertura, ampliamento, trasferimento, trasformazione di esercizio comportante la disponibilità di aree a parcheggio nell’azona urbanisticamente contrassegnata “.....” fino amq. di superficie di vendita;

Tuttociò premesso

considerato che la ditta con prot.N del, ha presentato istanza per l’apertura, l’ampliamento, il trasferimento di una Media Struttura di Vendita invia, attestando contestualmente di non avere la necessaria superficie di parcheggio pertinente di mq. ai sensi del R.R. n.11/2018, e richiedendo quindi di avvalersi della monetizzazione per la carenza di parcheggio di cui in premessa;

constato che, nella fattispecie, l’importo “*una tantum*” che la ditta dovrà versare per la carenza di parcheggio è di € (mq. x €/mq.);

dato atto che dall’istruttoria è emerso che sussistono i requisiti di legge necessari per poter procedere al rilascio dell’autorizzazione amministrativa prevista dalla L.R.n.24/15 es.m.i. ed el R.R. n. 11/2018, per l’esercizio dell’attività di media struttura di vendita, fermo restando la stipula della predetta convenzione;

dato atto, pertanto, che occorre provvedere alla stipula della convenzione sopra specificata con la ditta, secondo quanto previsto dall’art. 3 del Regolamento Regionale n. 11/2018 nonché dalla Delibera di C.C.n. del di approvazione del Documento Strategico del Commercio del Comune di Martina Franca;

vista la determinazione dirigenziale n. del

Visti gli atti e le norme citate in premessa;

Tuttociò premesso si conviene e si stipula quanto segue:

Art.1 -Oggetto

Oggetto della presente convenzione è la monetizzazione da parte della ditta, della carenza di parcheggio pertinente, ammontante a €.

Art.2–Durata della Convenzione

La presente convenzione ha durata permanente e s’intenderà automaticamente risolta in caso di cessazione dell’attività dell’insediamento specificato in premessa.

Art.3–Termini di pagamento

Il versamento della somma dovuta dovrà essere versato a mezzo bonifico bancario sul/c intestato al Comune di Martina Franca presso la Tesoreria Comunale (Codice IBAN: _____). L'attestazione dell'avvenuto versamento dovrà essere consegnata allo Sportello Unico per le Attività Produttive entro 10 giorni dalla data dell'avvenuto pagamento.

Art.4–Trasferimento di titolarità dell'esercizio

In caso di trasferimento di titolarità dell'esercizio, a seguito di cessione di ramo d'azienda, al subentrante dovranno essere ceduti i diritti e gli obblighi della presente convenzione e della intervenuta cessione dovrà essere data espressa comunicazione all'Ente Comunale.

Art.5–Fitto di ramo d'azienda

In caso di fitto di ramo d'azienda, per tutta la durata del fitto, il versamento del contributo per la carenza di parcheggio potrà essere effettuato dall'affittuario nel rispetto delle condizioni previste dalla presente convenzione.

Allocatario saranno trasferiti i diritti e gli obblighi della presente convenzione

Art.6 –Risoluzione

La presente convenzione si intende automaticamente risolta nei seguenti casi:

- cessazione definitiva dell'attività della media struttura;
- su specifica richiesta da parte della ditta _____ in caso di adeguamento agli standard di parcheggio pertinenziale di cui all'art. 2 del Regolamento Regionale n. 11 del 10.09.2018 e/o di altri specifici Regolamenti Regionali;

Art.7– Utilizzo degli introiti

Gli introiti derivanti dalla presente convenzione dovranno essere utilizzati per migliorare la dotazione dei parcheggi dell'area, la sua accessibilità, la sua riqualificazione nonché la realizzazione di opere di arredo urbano.

Art. 8 –Registrazione

La presente Convenzione è da sottoporre a registrazione solo in caso d'uso.

Art.9-Tutela dei dati personali

Le parti si autorizzano reciprocamente a comunicare a terzi i propri dati personali in relazione agli adempimenti connessi alla presente convenzione ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 196/2003 e s.m.i. e a trattare, nel rispetto della normativa, le informazioni che si comunicheranno predisponendo le misure idonee a scongiurare qualsiasi trattamento lesivo delle stesse.

Art.11–Foro competente

Per qualsiasi controversia derivante dall'interpretazione ed esecuzione della presente convenzione è competente il Foro di Taranto.

Art.12 –Rinvio a norme di diritto vigente

Per quanto non contemplato nella presente convenzione, si fa rinvio alle Leggi e Regolamenti in vigore.

Per il Comune di Martina Franca Il

Dirigente del Settore

firma.....

Per la ditta

Firma.....

Per autenticazione sottoscrizioni II
Segretario Generale

Firma.....



**Comunedimartinafranca Provincia
di Taranto**

**IL REGOLAMENTO COMUNALE PER LE
ATTIVITA'
DISOMMINISTRAZIONEDIALIMENTIEBEVA
NDE**

RedattoaisensidellaLeggeRegionePuglia16.04.2015 n.24“CodicedelCommercio”, come
modificata dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12

Capitolo 6

II Regolamento comunale per le attività di somministrazione di alimenti e bevande

Sia il D.Lgs. N. 59 del 23.04 2010 “Attuazione della Direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno, che la Legge Regionale 16 Aprile 2015 n. 24 “Codice del Commercio (articolo 39, comma 1) e la Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, nel confermare la liberalizzazione delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, permette ai Comuni di adottare provvedimenti di programmazione delle aperture degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande al pubblico. Tale facoltà è garantita al fine di assicurare un corretto sviluppo della rete distributiva, limitatamente alle zone di territorio da sottoporre a tutela, ferma restando l’esigenza di garantire sia l’interesse più generale della collettività, inteso come fruizione di un servizio adeguato, sia quello dell’imprenditore al libero esercizio dell’attività.

Il nuovo contesto di riferimento per la programmazione dei pubblici esercizi introduce, quindi, un concetto di servizio di somministrazione di alimenti e bevande che, superando la vecchia impostazione della pianificazione numerica, si apre ad obiettivi di promozione, concorrenza e di ‘utilità sociale’, da rendere al consumatore e, più in generale, all’intero sistema dell’economia urbana.

Appare di tutta evidenza la constatazione che gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande ricoprono un ruolo fondamentale per il mantenimento della vivibilità della città e delle aree in cui sono inseriti, in considerazione della loro specifica funzione di aggregazione sociale.

In questo senso, i pubblici esercizi possono determinare modificazioni strutturali dell’utilizzo dei luoghi della città e generare impatti ambientali positivi o negativi, a seconda della distribuzione e dei livelli di addensamento o di rarefazione degli esercizi a scala urbana, nonché in relazione al diverso grado di residenzialità delle singole porzioni di territorio.

Definire quindi un’evoluzione che non tenga conto di adeguati elementi di valutazione circa le caratteristiche sociali, fisiche e funzionali del territorio comporta il rischio di generare conflitti di interesse, con implicazioni che possono incidere sulla qualità della vita cittadina, vanificando la straordinaria funzione relazionale ed aggregativa che i pubblici esercizi svolgono nel rispetto dei principi di tutela e rispetto della convivenza civile. Di converso, una insufficiente dotazione di esercizi di somministrazione in aree del territorio scarsamente servite può indurre una percezione di marginalità urbana, innescando fenomeni di desertificazione commerciale.

Date queste premesse, appare opportuno definire i criteri di una nuova programmazione comunale degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande che assicuri:

- a) indirizzi finalizzati al divieto o limitazioni all’apertura di nuovi esercizi, sulla base di parametri oggettivi quali la sostenibilità ambientale, sociale, di viabilità e di sicurezza;
- b) nuovi criteri qualitativi, a valere su tutto il territorio comunale, che perseguano l’obiettivo di qualificare l’offerta di somministrazione con fattori di qualità dei locali, delle strutture e della gestione.

Articolo 1 **Principi generali**

Il presente Regolamento del Comune di Martina Franca disciplina l’esercizio dell’attività di somministrazione di alimenti e bevande a seguito dell’entrata in vigore del D.Lgs. 59/2010 “Attuazione della Direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno” e della Legge Regionale 16 aprile 2015 n. 24 “Codice del Commercio”, così come aggiornata dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, che disciplina la materia.

Articolo2

Oggettoefinalitàdeicriteridiprogrammazione

I criteri per il rilascio delle autorizzazioni degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande perseguono i seguenti obiettivi prioritari:

- a) unaequilibratadislocazione sulterritoriodelleattivitàdisomministrazioneedialimentiebevande;
- b) l'armonizzazioneel'integrazionedelsettoreconlealtreattivitàeconomiche,alfinedi consentire lo sviluppo e il diffondersi di formule innovative;
- c) lapromozioneevalorizzationedelterritorioedeisuoiprodottitipici;
- d) la tutela dei cittadini/consumatori in termini di salute, con particolare riferimento all'inquinamento acustico ed ambientale, alla prevenzione dell'alcolismo, alla tutela dell'integrità psichica delle persone, alla sicurezza pubblica;
- e) latuteladellasicurezza stradale;
- f) latuteladeicittadini/consumatoriintemadicorrettainformazioneepubblicizzazione dei prezzi e dell'origine e provenienza dei prodotti;
- g) la salvaguardia, la tutela e il miglioramento della qualità dell'ambiente naturale e dell'ambiente urbano;
- h) lasalvaguardiadelpatrimoniostorico,artisticoeculturale.

Articolo3

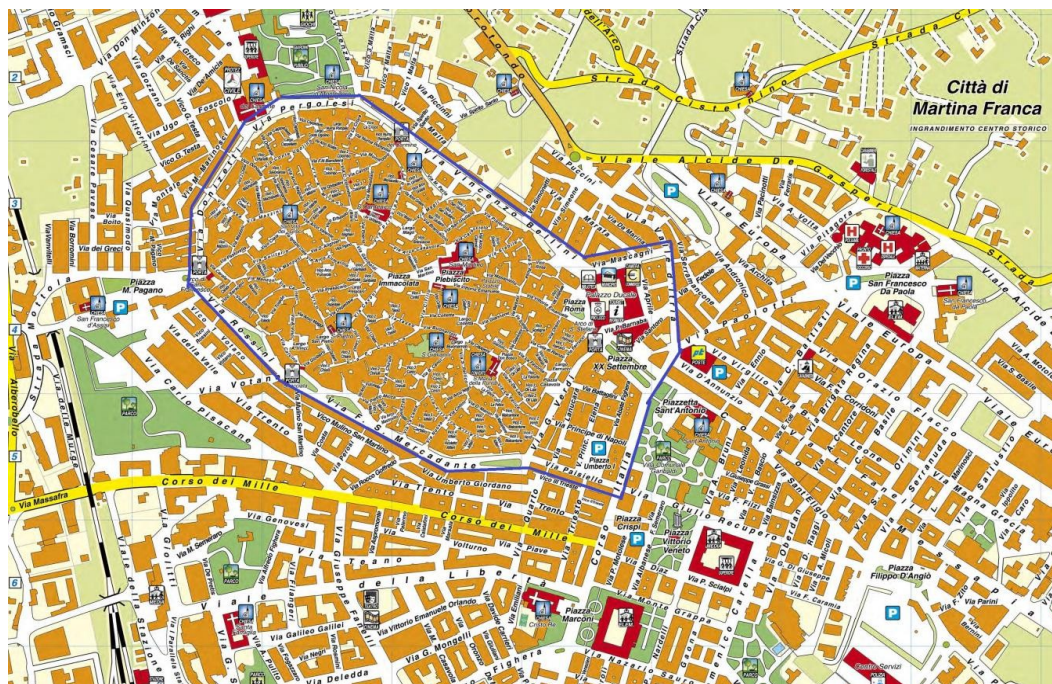
Zonedi programmazione

1. In virtù di quanto definito al precedente articolo 2, l'Amministrazione Comunale di Martina Franca intende esercitare il proprio potere limitativo all'interno del perimetro del Centro Antico e alla limitrofa zona di particolare pregio. Essa è perimetrata come segue:

Zona1

Via Doninzetti - Via Pergolesi - Via Bellini - Via Mascagni - Via Valle d'Itria (parte) - Corso Italia (parte) - Via Paisiello - Via Mercadante - Via Rossini.

Diseguitolarappresentazione cartografica dell'area del territorio di Martina Franca da sottoporre a misure di incentivo:



2. Il restant territorio comunale non esplicitamente individuato nel precedente comma è inteso come **Zona 2.**

Articolo 4

Criteri limitativi per il rilascio di nuove autorizzazioni

1. I criteri di programmazione per il rilascio delle autorizzazioni degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono adottati nel rispetto dei seguenti indirizzi:
 - a) divieto o limitazioni all'apertura di nuovi pubblici esercizi di somministrazioni di alimenti e bevande, limitatamente ai casi in cui ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale, di viabilità e di sicurezza pubblica rendano impossibile consentire ulteriori flussi di pubblico nelle zone urbane designate, giacché incidono in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo del consumo di alcolici e ledono il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità;
 - b) necessità di evitare addensamenti di traffico, di disturbo alla quiete pubblica e alla sicurezza, soprattutto in zone urbane caratterizzate da un forte grado di criticità;
 - c) esigenza di tutelare e salvaguardare zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale.
2. Per le strade e le piazze racchiuse nel perimetro Zona 1 come sopra illustrato, l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di somministrazione degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono soggetti ad autorizzazione e a limitazioni per motivi imperativi di interesse generale.
L'adozione di criteri limitativi al rilascio delle autorizzazioni delle attività di somministrazione di alimenti e bevande è prevista al fine di evitare addensamenti di traffico, disturbo della quiete pubblica, pregiudizi alla sicurezza pubblica.
Per le vie e piazze ricomprese nel perimetro della Zona 1, la disposizione è valida anche per il trasferimento di sede dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande da altre strade o piazze del territorio comunale che non ricadano nel perimetro soggetto a limitazioni.
3. Il rilascio di nuove autorizzazioni per l'apertura o il trasferimento di esercizi di somministrazione nel Centro Antico è concessa solo previa verifica della sussistenza delle seguenti condizioni:

1. Adeguate spazi interni ai locali destinati alla gestione differenziata dei rifiuti	Presenza di adeguati spazi interni locali (o nelle immediate pertinenze) destinati alla gestione differenziata (ed igienica) dei rifiuti, nonché degli imballaggi e dei contenitori a perdere. Per adeguati spazi si intendono postazioni poste al di fuori delle strette aree di lavorazione (cucina, sottobanco, ecc.), destinate allo stoccaggio provvisorio dei rifiuti.
2. Evidenza della compatibilità acustica della nuova attività	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentazione della Documentazione di Impatto Acustico, ai sensi della Legge 447/1995, redatta da tecnico competente in acustica ambientale, dimostrante l'idoneità della nuova attività. La DIAC deve tener conto, nella valutazione, anche della presenza dei clienti nell'area esterna al pubblico esercizio e dell'attività di allietamento che il locale intende effettuare; 2. Dimostrazione dei requisiti acustici passivi dei locali; 3. Collaudo acustico dei locali.
3. Superficie minima del nuovo locale	La superficie minima dei locali ove ha accesso il pubblico, al netto delle zone destinate a cucine, locali di lavorazione, magazzini, depositi, servizi igienici e uffici deve essere di almeno 10 metri quadrati .
4. Impegno a non installare AWP (amusement with prizes) apparecchi da gioco lecito che	Impegno a non installare AWP (apparecchi da gioco), anche se l'esercizio rispetta il limite dei 500 metri misurato per la distanza pedonale più breve, da istituti scolastici di qualsiasi grado, luoghi di culto, oratori, impianti sportivi e centri giovanili, centri sociali o altri istituti frequentati
consentono l'incasso di denaro	principalmente da giovani o strutture residenziali o semiresidenziali operanti in ambito sanitario o socio-assistenziale e, inoltre, strutture ricettive per categorie protette, come individuati dalla L.R. 43/2013.

Articolo5

Criteri qualitativi

1. La nuova programmazione comunale degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande è altresì finalizzata ad introdurre nuovi criteri qualitativi su tutto il territorio comunale, con l'obiettivo di qualificare l'offerta di somministrazione garantendo la qualità dei locali, delle strutture e della gestione. In questo quadro, dovrà essere garantita – nel rispetto della libertà imprenditoriale – una coerente sostenibilità sociale ed ambientale, con particolare riferimento alla tutela dei residenti e della qualità urbana.
2. I criteri qualitativi di programmazione consistono in:
 - Criteri strutturali dei locali;
 - Criteri gestionali dell'attività.
3. I criteri individuati costituiscono requisiti indispensabili per il rilascio ed il mantenimento in vita dell'autorizzazione.
4. Sono escluse dalla programmazione comunale le attività di somministrazione di alimenti e bevande di cui all'art. 64, comma 7, del D.Lgs. n. 59/2010 e dall'articolo 40 della Legge Regionale 16 aprile 2015 n. 24 "Codice del Commercio", ossia quelle attività effettuate:
 - a. negli esercizi annessi ad alberghi, pensioni, locande o ad altri complessi ricettivi;
 - b. negli esercizi nei quali la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande viene effettuata congiuntamente ad attività di spettacolo, trattenimento e svago, in sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, impianti sportivi, cinema, teatri e altri esercizi similari, nonché in tutti i casi in cui l'attività di somministrazione è esercitata all'interno di strutture di servizio ed è in ogni caso a esse funzionalmente e logisticamente collegata, sempreché alla somministrazione di alimenti e bevande non sia riservata una superficie maggiore rispetto a quella in cui è svolta l'attività cui è funzionalmente e logisticamente collegata. Non costituisce attività di spettacolo, trattenimento e svago la semplice musica di accompagnamento e compagnia;
 - c. negli esercizi situati all'interno delle aree di servizio delle strade extraurbane principali e delle autostrade, così come definite dal decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285 (*Nuovo codice della strada*) nelle stazioni dei mezzi di trasporto pubblico (*ferroviarie, marittime, aeroportuali, autostradali*) e sui mezzi di trasporto pubblico;
 - d. negli esercizi posti nell'ambito degli impianti stradali di distribuzione carburanti;
 - e. nelle mense aziendali, negli spacci annessi ai circoli cooperativi e degli enti a carattere nazionale le cui finalità assistenziali sono riconosciute dal Ministero dell'interno e nelle altre attività di somministrazione non aperte al pubblico individuate dai comuni;
 - f. le attività svolte direttamente, nei limiti dei loro compiti istituzionali e senza fini di lucro, da ospedali, case di cura, case per esercizi spirituali, asili infantili, scuole, case di riposo, caserme, stabilimenti delle forze dell'ordine, strutture d'accoglienza per immigrati o rifugiati e altre simili strutture di accoglienza o sostegno;
 - g. nei centri poli funzionali di cui all'articolo 13;
 - h. nelle attività svolte in forma temporanea di cui all'articolo 41;
 - i. al domicilio del consumatore.

5. Criteri strutturali

Obiettivi	Criteri	Assoggettabilità
<p>1. Equilibrio tra superficie destinata alla somministrazione e superficie complessiva dell'attività</p>	<p>Nel rispetto delle norme edilizie ed igienico-sanitarie vigenti, la superficie destinata alla somministrazione, a cui i clienti hanno libero accesso, non potrà essere inferiore alla quota di mq. 1,20 di spazio/persona per il totale dei posti destinati alla fruizione dalla clientela.</p>	<p><input type="checkbox"/> Nuove Aperture; <input type="checkbox"/> T trasferimenti delle attività di somministrazione di alimenti e bevande esistenti alla data di approvazione dei nuovi criteri</p>
<p>2. Funzionalità e adeguatezza delle locali e qualità delle strutture</p>	<p>a) I locali destinati alla somministrazione, alla preparazione, produzione e conservazione di alimenti e bevande, compresi quelli destinati ai dipendenti, nonché i servizi igienici dovranno essere conformi alla normativa edilizia ed igienico-sanitaria vigente;</p> <p>b) I locali destinati alla somministrazione ed i relativi servizi igienici dovranno essere accessibili e diversamente abili;</p> <p>c) Obbligo di presentazione, ai sensi dell'art. 8 della Legge 447/1995 di autocertificazione e/o della documentazione previsionale di impatto acustico redatta da tecnico competente in acustica, ai sensi di legge</p>	<p><input type="checkbox"/> Nuove Aperture; <input type="checkbox"/> T trasferimenti delle attività di somministrazione di alimenti e bevande esistenti alla data di approvazione dei nuovi criteri;</p> <p><input type="checkbox"/> M edifici edilizi ai locali nei quali sono insediate attività di somministrazione di alimenti e bevande.</p>

6. Criteri gestionali

Obiettivi	Criteri	Assoggettabilità
<p>1. Qualificazione dell'offerta di servizio</p>	<p>Obbligo di presentare una relazione di progetto dell'attività che contenga, tra l'altro:</p> <p>a) La tipologia del servizio che si intende offrire;</p> <p>b) L'attività di intrattenimento che si intende eventualmente proporre.</p>	<p><input type="checkbox"/> Nuove Aperture; T</p> <p><input type="checkbox"/> Trasferimenti delle attività di somministrazione di alimenti e bevande esistenti alla data di approvazione dei nuovi criteri;</p> <p><input type="checkbox"/> Modifiche edilizie ai locali nei quali sono insediate attività di somministrazione di alimenti e bevande; M</p>
<p>2. Perseguimento di pratiche di sostenibilità ambientale</p>	<p>Obbligo di installazione di luci a risparmio energetico</p>	<p><input type="checkbox"/> Nuove Aperture; T</p> <p><input type="checkbox"/> Trasferimenti delle attività di somministrazione di alimenti e bevande esistenti alla data di approvazione dei nuovi criteri;</p> <p><input type="checkbox"/> Modifiche edilizie ai locali nei quali sono insediate attività di somministrazione di alimenti e bevande; M</p>

Articolo 5

Requisiti per le attività di somministrazione di alimenti e bevande

1. L'esercizio, in qualsiasi forma, di un'attività di somministrazione di alimenti e bevande è consentito a chi è in possesso dei requisiti soggettivi e professionali previsti dall'art. 71 del D.Lgs. N. 59/2010 .
2. Le attività di somministrazione di alimenti e bevande devono essere esercitate nel rispetto delle vigenti norme, prescrizioni ed autorizzazioni in materia edilizia, urbanistica e igienico-sanitaria, nonché sulla destinazione d'uso dei locali e degli edifici, e di sicurezza nei luoghi di lavoro, fatta salva l'irrogazione delle sanzioni relative alle norme e prescrizioni violate.
3. L'esercizio dell'attività è subordinato alla conformità del locale ai criteri sulla sorvegliabilità stabiliti con decreto del Ministero dell'Interno, anche in caso di ampliamento della superficie.

Articolo 6

Impatto acustico

1. In attuazione del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri D.P.C.M. 14/11/1997, le attività di pubblico esercizio, preesistenti e di nuovo insediamento, sono tenute a rispettare illimitato massimo di emissione acustica previsto.

Articolo 7

Attività temporanee

1. L'attività temporanea di somministrazione di alimenti e bevande sia in occasione di sagre, fiere, manifestazioni religiose, tradizionali e culturali o eventi locali straordinari, che in altri casi, è avviata previa SCIA
(Segnalazione Certificata Inizio Attività) priva di dichiarazioni asseverate, ai sensi dell'art. 41 D.L. 09.02.2012 n. 5 convertito dalla legge 04.04.2012 n. 35 e non è soggetta al possesso dei requisiti previsti dall'articolo 71 del Decreto Legislativo 26 marzo 2010, n. 59.
2. Tale attività può essere svolta soltanto per il periodo di svolgimento delle predette manifestazioni e per i locali o luoghi a cui si riferisce.
3. Le attività di somministrazione temporanee, non possono avere una durata superiore a quindici giorni anche non consecutivi.
4. Per l'esercizio dell'attività di somministrazione di cui al comma 1 si osservano le vigenti norme, prescrizioni ed autorizzazioni in materia edilizia ed igienico-sanitaria.

Articolo 8

Autorizzazione stagionale

i

1. E' consentito il rilascio di autorizzazioni per l'esercizio dell'attività di somministrazione di forma stagionale, considerandosi tale l'attività svolta per uno o più periodi, nel complesso non inferiori a 60 giorni e non superiori a 240 giorni per ciascun anno solare.
2. Alla scadenza del periodo concesso, le autorizzazioni decadono e vanno restituite al Comune.

Articolo 9

Esercizio attività accessorie

1. Fermo restando il rispetto delle disposizioni previste dalle leggi di settore, la presentazione di SCIA, ai sensi dell'art. 40 della L.R. 24/2015, e del Regolamento Regionale 3/2011, abilita all'installazione e all'uso di apparecchi televisivi ed impianti in genere utilizzati per la diffusione sonora e di immagini, a condizione che i locali non siano appositamente allestiti in modo da configurare lo svolgimento di un'attività di pubblico spettacolo o di intrattenimento.
2. La suddetta presentazione di SCIA abilita inoltre all'effettuazione di piccoli intrattenimenti musicali senza ballo, ai quali la clientela acceda per la consumazione, senza l'apprestamento di elementi atti a trasformare l'esercizio in locale di pubblico spettacolo o di intrattenimento e senza il pagamento del biglietto di ingresso e/o aumento del costo delle consumazioni.

3. Le caratteristiche e le modalità di svolgimento dei piccoli intrattenimenti musicali sono di seguito riportati:
- a) gli impianti in genere per la diffusione sonora e di immagini (televisione, video, radio, mangianastri, CD, pianoforte) devono funzionare con tonalità moderate e comunque nel rispetto delle disposizioni sui limiti massimi di esposizione al rumore negli ambienti abitativi e nell'ambiente esterno, nonché ogni altra disposizione di legge o di regolamento vigenti, in quanto applicabili.
 - b) i predetti intrattenimenti devono avvenire senza ballo.
 - c) gli stessi possono essere svolti in sale ove la clientela accede per la consumazione.
 - d) non possono essere disposti elementi atti a trasformare l'esercizio in locale di pubblico spettacolo o intrattenimento; non devono essere installate – in occasione di tali intrattenimenti – apposite scenografie e realizzati camerini per eventuali artisti; non devono essere apportate modifiche agli impianti elettrici già a norma.
 - e) non deve essere richiesto né pagamento di biglietto di ingresso, né aumento nei costi della consumazione.
 - f) l'attività musicale deve essere assolutamente accessoria e mai prevalente, e svolgersi contestualmente all'attività di somministrazione.
 - g) devono essere evitati affollamenti che potrebbero rendere difficoltoso, rispetto alla ricettività del locale, il flusso degli avventori o essere pregiudizievoli per la pubblica incolumità.
 - h) devono essere rispettate le disposizioni sui limiti massimi di esposizione al rumore negli ambienti abitativi e nell'ambiente esterno, nonché ogni altra disposizione di legge o di regolamento vigenti, in quanto applicabili.
 - i) la diffusione musicale dovrà essere sospesa dalle ore 14:00 alle ore 16:00 e cessare alle ore 24:00.
 - j) è vietata la pubblicità degli spettacoli e degli intrattenimenti in genere attraverso stampa, radio e altri sistemi di comunicazione.
 - k) è ammessa tale pubblicità soltanto attraverso locandine da esporre esclusivamente all'ingresso del locale.

Articolo 10

Casi particolari di divieto di somministrazione di bevande alcoliche

1. Al fine di governare fenomeni che possono suscitare allarme sociale e prevenire l'abuso di alcolici, l'Amministrazione Comunale – mediante l'adozione di apposita ordinanza – può impedire la somministrazione di bevande alcoliche in relazione a comprovate esigenze di interesse pubblico e può altresì graduare il divieto di somministrazione di bevande alcoliche.
2. Il provvedimento di divieto o di limitazione di somministrazione di bevande alcoliche può essere adottato:
 - a) come disposizione generale per tutti gli esercizi pubblici di un'area cittadina;
 - b) come prescrizione temporanea o permanente per determinati esercizi;
 - c) in particolari occasioni o in determinate fasce orarie;
3. È vietata la somministrazione e la vendita di bevande alcoliche e superalcoliche e mezzi di distributori automatici (nuove aperture), sia su aree pubbliche che su aree private.

Articolo 11

Norme finali

1. Il presente Regolamento entra in vigore una volta approvato dal Consiglio Comunale di Martina Franca e resta in vigore fino ad eventuali successive modificazioni o abrogazioni.
2. Con l'entrata in vigore del presente Regolamento cessano di avere efficacia tutti gli atti regolamentari e di indirizzo in contrasto con il presente provvedimento.



**Comuni di Martina Franca Provincia
di Taranto**

IL PIANO DEL COMMERCIO SULLE AREE PUBBLICHE

Redatto ai sensi della Legge Regione Puglia 16.04.2015 n. 24 "Codice del Commercio", come modificata dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12", nonché del Regolamento Regionale 28 febbraio 2017 n. 4

Capitolo 7 Il Piano del Commercio sulle Aree Pubbliche

1 Analisi preliminare di determinazioni dei fabbisogni

Il presente documento rappresenta il “Piano del commercio su aree pubbliche del Comune di Martina Franca, ai sensi di quanto previsto da:

- a) Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114;
- b) Decreto Legislativo 26 marzo 2010, n. 59;
- c) L.R. Puglia 24/2015, art. 12, lettera d) che richiede la definizione dei parametri di sviluppo del commercio su aree pubbliche costituiti da:
 - 1) le determinazioni in materia di fiere e mercati che comprendono la creazione di nuove fiere e mercati, il loro trasferimento, modifica e razionalizzazione, il numero e le dimensioni dei posteggi;
 - 2) le eventuali determinazioni di carattere merceologico;
 - 3) la definizione di eventuali priorità integrative nelle assegnazioni dei posteggi;
 - 4) la definizione di disposizioni a favore di consorzi di operatori, compresa la possibilità di affidare ad associazioni di categoriae ai loro consorzi, nonché a società a enti associati o da loro controllati, mediante apposita convenzione, la gestione dei servizi connessi alle aree mercatali e alle fiere, assicurando il controllo sui livelli del servizio erogato;
 - 5) le determinazioni in materia di posteggi per gli operatori appartenenti a categorie particolari di cui all’articolo 30, comma 8, della L.R. 24/2015 e per i produttori agricoli di cui al D.Lgs. 228/2001;
 - 6) le determinazioni in materia di commercio in forma itinerante compresa l’individuazione di aree aventi valore archeologico, artistico e ambientale nelle quali l’esercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari;
 - 7) la determinazione delle giornate di svolgimento delle fiere e dei mercati con riferimento alla loro eventuale stagionalità, agli orari di vendita, alle eventuali sospensioni nelle giornate festive e dei mercati straordinari;
 - 8) le determinazioni per il pagamento dei canoni per l’occupazione di aree pubbliche nonché eventuali agevolazioni ed esenzioni in materia di tributi ed entrate.

Nel presente documento sono riportate le previsioni di Piano per il periodo di validità del Piano stesso, previsto in tre anni. Tali previsioni riguardano in particolare la situazione dei mercati e delle fiere esistenti, l’istituzione di nuovi mercati o fiere, lo spostamento, la riduzione o la soppressione di mercati o fiere esistenti, l’individuazione di aree compatibili o incompatibili con il commercio su aree pubbliche su posteggio o itinerante e, infine, la individuazione di posteggi fuori mercato.

Tali previsioni sono precedute dai principali risultati dell’analisi sulla rete distributiva del Comune di Martina Franca. Tale analisi è finalizzata a focalizzare la situazione del commercio su aree pubbliche, soprattutto in relazione ai bisogni di acquisto espressi dalla popolazione residente e turistica e alla presenza della distribuzione in sede fissa.

L’analisi è stata svolta allo scopo di verificare le interrelazioni nel settore della distribuzione commerciale, nonché i vincoli e gli indirizzi normativi allo sviluppo del commercio su aree pubbliche.

2 La dinamica demografica e l’analisi sulla rete distributiva comunale in sede fissa e su aree pubbliche

Al 1 gennaio 2024 il Comune di Martina Franca registrava una popolazione di 46.701 abitanti, distribuita su una superficie di 299,57 Km², con una densità abitativa di 155,89 abitanti per km².

Il trend della popolazione nell’ultimo decennio ha descritto un andamento lentamente decrescente, tanto che - nell’arco dell’ultimo decennio - la variazione percentuale è risultata essere del **-4,61%**.

A fronte di questa dinamica demografica, il Comune di Martina Franca può contare su una rete

distributiva in sede fissa che definisce i seguenti parametri complessivi di dotazione di servizio al consumatore:

NumeroPuntidi Vendita		746
	<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>211</i>
	<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>535</i>
Metriquadratidisuperficiedivendita		76.696,80
	<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>19.717,80</i>
	<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>56.979,00</i>

Dai dati generali appena rappresentati discendono i seguenti indicatori di servizio della rete distributiva del Comune di Martina Franca:

TotalepopolazioneresidentenelComuneal01.01.2024	46.701
<i>TotaleestensioneterritorialedeIComune: kmq.</i>	298,57
<i>Densitàdipopolazione: abitanti/Kmq.</i>	155,89

Fontedati: www.tuttitalia.it

IS-IndicediServizio(Metriquadrivendita/1000abitanti)

Metriquadridivenditacomplexiviper1000abitanti	1.629,52
<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>418,93</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>1.210,59</i>

L'indicediServiziopuòessereulteriormentescompostopertipologiadimensionaledivendita:

Mq.Esercizi di Vicinato per 1000 abitanti	1.141,61
<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>276,93</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>864,68</i>
MedieStruttureVenditaper1000abitanti	487,92
<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>142,01</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>345,91</i>
di cui:	
MedieStruttureVenditaM1per1000abitanti	110,05
<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>55,36</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>54,69</i>
MedieStruttureVenditaM2per1000abitanti	325,17
<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>86,64</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>238,53</i>
MedieStruttureVenditaM3 per1000 abitanti	52,69
<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>0,00</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>52,69</i>

ID-IndicediDistribuzioneTerritoriale (NumeroPuntiVendita/1000abitanti)

NumeroPuntidiVenditaPDVper1000abitanti	15,85
<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>4,48</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>11,37</i>

ICT-IndicediCoperturaTerritoriale (Metriquadrativendita/Kmq.Estensione)

MetriquadratidivenditaperKmq.	256,75
<i>dicuiAlimentare eMisto</i>	<i>66,01</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>190,74</i>

IDT-IndicediDensitàTerritoriale (NumeroPuntiVendita/Kmq.Estensione)

NumeroPuntiVenditaperKmq.	2,50
<i>dicuiAlimentareeMisto</i>	<i>0,71</i>
<i>dicuiNon Alimentare</i>	<i>1,79</i>

IE-IndicediEquilibrioCommerciale (MetriquadrivenditaEDV/MetriquadrivenditaMSV)

IndicegeneralediEquilibrioCommerciale	2,34
<i>IESettoreAlimentare eMisto</i>	<i>1,95</i>
<i>IESettoriNon Alimentari</i>	<i>2,50</i>

Conspecificoriferimentoalcommerciosuareepubbliche,imercatiistituitisuareepubblichesono di seguito elencati per ubicazione, numero e tipologia merceologica dei posteggi:

Mercatosettimanaledel Mercoledì

LocalizzazioneMercato	Posteggi		
	Alimentari	NonAlimentari	Totale
ViaRecupero	0	35	35
ViaBascio	0	4	4
ViaFilzi	0	4	4
ViaBaisizza	0	8	8
ViaSerranuda	0	5	5
ViaOrimini	0	8	8
ViaMicoli	0	7	7
ViaD.Raggi	0	11	11
ViaDiGiuseppe	0	10	10
ViaCarella	0	43	43
ViaOberdan	0	15	15
ViaF.lliCaramia	0	26	26
ViaScialpi	0	21	21
PiazzaD'Angiò	64	68	132
ViaQuintoOrazioFlacco	0	20	20
ViaMarinosci	0	9	9
PiazzaVittorioVeneto	0	3	3
Totale	64	297	361

Mercatosettimanalealimentaredel Sabato

LocalizzazioneMercato	Posteggi		
	Alimentari	NonAlimentari	Totale
PiazzaD'Angiò-ForoBoario	26	0	26
Totale	26	0	26

Posteggi isolati giornalieri

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
San Paolo	5	0	5
Specchia Tarantina	5	0	5
Carpari	5	0	5
Motolese	5	0	5
Capitolo	5	0	5
Contrada Montelullo	7	3	10
Totale	32	3	35

Posteggi isolati settimanali/stagionali

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Piazza XX Settembre	2	0	2
Via Vittorio Emanuele	1	0	1
Via Pergolesi - Chiesa del Carmine	1	0	1
Corso Italia angolo Viale della Libertà	1	0	1
Piazza antistante Chiesa Madonna della Sanità	1	0	1
Viale della Libertà (Chiesa della Santa Famiglia)	1	0	1
Piazza Mario Pagano	1	0	1
Piazzetta Cimitero	0	6	6
Via Madonna Piccola	0	1	1
Mercati Rionali giornalieri	0	2	2
Totale	9	9	18

Fiere e Festecivili e religiose

Festa Patronale San Martino

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Viale del Centro Cittadino e in Contrada Pergolo	Il sabato, la domenica e il lunedì successivi al 3 Luglio	10	90	100
Totale		10	90	100

Festa Madonna della Sanità

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
P.zza - Via Sanità	Seconda domenica di Maggio	2	5	7
Totale		2	5	7

Festa di Sant' Antoni dei SS. Medici

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Parcheggio Piazza Mario Pagano	13 giugno	3	5	8
Totale		3	5	8

Festa di Cristo Spirante

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Parcheggio Piazza Mario Pagano	Prima domenica e lunedì successive alla Festa della Madonna del Carmelo	3	5	8
Totale		3	5	8

Festa della Madonna del Carmelo

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Via Bellini – Via Pergolesi	Il secondo sabato e la seconda domenica successivi alla festa patronale di S. Martino	6	24	30
Totale		6	24	30

Riepilogo dei mercati su aree pubbliche

Tipologia di mercato su aree pubbliche e relativi posteggi	Totale Posteggi
Mercato settimanali	361
Mercato settimanale alimentare del Sabato	26
Posteggi isolati giornalieri	35
Posteggi isolati settimanali e/o stagionali	18
Fiera di San Martino	426
Fiera della Candelora	346
Festa Patronale di San Martino	100
Festa Madonna della Sanità	7
Festa Sant'Antonio dei SS. Medici	8
Festa del Cristo Spirante	8
Festa della Madonna del Carmelo	30
Totale posteggine in vari mercati	1.365

3 Ricognizione dei mercati su aree pubbliche esistenti e valutazione delle nuove potenzialità

Sulla base dei dati rilevati dall'esame dei mercati su aree pubbliche è possibile calcolare il totale complessivo dei posteggi/giorno operativi nel territorio comunale di Martina Franca, all'interno dei seguenti mercati e per i posteggi autorizzati:

Tipologia di mercato su aree pubbliche e relativi posteggi	Totale Posteggi
Mercato settimanale del Mercoledì	361
Mercato settimanale alimentare del Sabato	26
Posteggi isolati giornalieri	35
Posteggi isolati settimanali e/o stagionali	18
Fiera di San Martino	426
Fiera della Candelora	346
Festa Patronale di San Martino	100
Festa Madonna della Sanità	7
Festa Sant'Antonio dei SS. Medici	8
Festa del Cristo Spirante	8
Festa della Madonna del Carmelo	30
Totale posteggine in vari mercati	1.365

La valutazione della rete del commercio su aree pubbliche rende necessario l'inserimento del fattore-tempo come fondamentale variabile di peso statistico, considerando che i posteggi sono diversamente funzionali in base allo svolgimento temporale dell'attività.

In questo modo, calcolando il numero dei posteggi esistenti per il numero di giorni effettivi nel corso dell'anno in cui essi sono operativi, si potrà ottenere il corretto ammontare dei posteggi/giorno.

In questo senso, i tipi di mercato ed i relativi posteggi sopra indicati possono essere riclassificati in base al tempo in cui sono operativi, moltiplicando i posteggi per il coefficiente temporale:

TipoMercato	SviluppoCoefficienteTempo	Coefficiente Tempo
Mercatisettimanali	(52/365),inquantoattivitàsettimanale	0,14247
Posteggiisolatiditipogiornaliero	(365/365),inquantoattivitàgiornaliera	1,00000
Posteggiisolatisettimanalie/ostagionali	(150/365),mediatraattivitàsett.estagionali	0,41096
Mercatiditipooccasionale FiereeFestecivilereligiose	(1/365),perognigiornodiattivitàoccasionale giornalieranellefiereemercatiprogrammati	0,00274

Lo sviluppo del calcolo del peso statistico del tempo – effettuato attraverso l'applicazione del coefficiente temporale – ritorna come risultato i seguenti posteggi/giorno per singolo mercato:

Mercatosettimanaledel Mercoledì

Denominazione	Cadenza	Numero Posteggi	Coefficiente Tempo	N.Posteggi giorno/anno
ViaRecupero	Settimanale (52/365)	33	0.14247	4,70
ViaBascio	Settimanale (52/365)	4	0.14247	0,57
ViaFilzi	Settimanale (52/365)	4	0.14247	0,57
ViaBaisizza	Settimanale (52/365)	6	0.14247	0,85
ViaSerranuda	Settimanale (52/365)	4	0.14247	0,57
ViaOrimini	Settimanale (52/365)	7	0.14247	1,00

Denominazione	Cadenza	Numero Posteggi	Coefficiente Tempo	N.Posteggi giorno/anno
ViaMicoli	Settimanale (52/365)	6	0.14247	0,85
ViaD.Raggi	Settimanale (52/365)	9	0.14247	1,28
ViaDiGiuseppe	Settimanale (52/365)	4	0.14247	0,57
ViaCarella	Settimanale (52/365)	43	0.14247	6,13
ViaOberdan	Settimanale (52/365)	16	0.14247	2,28
ViaF.IliCaramia	Settimanale (52/365)	25	0.14247	3,56
ViaScialpi	Settimanale (52/365)	21	0.14247	2,99
PiazzaD'Angiò	Settimanale (52/365)	109	0.14247	15,53
ViaQuintoOrazioFlacco	Settimanale (52/365)	20	0.14247	2,85
ViaMarinosci	Settimanale (52/365)	3	0.14247	0,43
ViadelloStadio	Settimanale (52/365)	2	0.14247	0,28
PiazzaVittorioVeneto	Settimanale (52/365)	3	0.14247	0,43
Totali		333		47,44

Mercatosettimanalealimentaredel Sabato

Denominazione	Cadenza	Numero Posteggi	Coefficiente Tempo	N.Posteggi giorno/anno
PiazzaD'Angiò-ForoBoario	Settimanale (52/365)	26	0.14247	4,27
Totali		5		4,27

Posteggiisolati giornalieri

Denominazione	Cadenza	Numero Posteggi	Coefficiente Tempo	N.Posteggi giorno/anno
SanPaolo	Giornaliero (365/365)	5	1,00000	5,00
SpecchiaTarantina	Giornaliero (365/365)	5	1,00000	5,00
Carpari	Giornaliero (365/365)	5	1,00000	5,00
Motolese	Giornaliero (365/365)	5	1,00000	5,00
Capitolo	Giornaliero (365/365)	5	1,00000	51,00
ContradaMontelullo	Giornaliero (365/365)	10	1,00000	10,00
Totali		35		35,00

Posteggiisolatisettimanalie/stagionali

Denominazione	Cadenza	Numero Posteggi	Coefficiente Tempo	N.Posteggi giorno/anno
PiazzaXXSettembre	Media (150/365)	2	0,41096	0,82
ViaVittorioEmanuele	Media (150/365)	1	0,41096	0,82
ViaPergolesi-ChiesadelCarmine	Media (150/365)	1	0,41096	0,41
CorsoItaliaangoloViale della Libertà	Media (150/365)	1	0,41096	0,41
PiazzaleantistanteChiesaMadonnadellaSanità	Media (150/365)	1	0,41096	0,41
Viale della Libertà(ChiesadellaSantaFamiglia)	Media (150/365)	1	0,41096	0,41
PiazzaMarioPagano	Media (150/365)	1	0,41096	0,41
PiazzettaCimitero	Media (150/365)	6	0,41096	2,47
ViaMadonnaPiccola	Media (150/365)	1	0,41096	0,41
MercatiRionaligiornalieri	Media (150/365)	2	0,41096	0,82
Totali		18		7,40

Fiera di San Martino

		Numero Posteggi	Coefficiente tempo	N. Posteggi giorno /anno
Area mercatale e Via Taranto	11 novembre	480	0,00274	1,32
Totale		480		1,32

Festa Patronale San Martino

		Numero Posteggi	Coefficiente tempo	N. Posteggi giorno /anno
Viedel Centro Cittadino e in Contrada Pergolo	Il sabato, la domenica e il lunedì successivi al 3 Luglio (3/365)	100	0,00822	0,82
Totale		100		0,82

Festa Madonna della Sanità

		Numero Posteggi	Coefficiente tempo	N. Posteggi giorno /anno
Via Sanità	Seconda domenica di maggio (1/365)	7	0,00274	0,082
Totale		7		0,02

Festa di Sant'Antonio dei SS. Medici

		Numero Posteggi	Coefficiente tempo	N. Posteggi giorno /anno
Piazza Mario Pagano	13 giugno (1/365)	8	0,00274	0,03
Totale		8		0,03

Festa di Cristo Spirante

		Numero Posteggi	Coefficiente tempo	N. Posteggi giorno /anno
Piazza Mario Pagano	primi domenica e lunedì successive alla festa della Madonna del Carmelo (2/365)	8	0,00548	0,03
Totale		8		0,03

Festa della Madonna del Carmelo

		Numero Posteggi	Coefficiente tempo	N. Posteggi giorno /anno
Via Bellini – Via Pergolesi	Secondi sabato e domenica successive alla festa patronale di S. Martino	30	0,00548	0,16
Totale		30		0,16

RIEPILOGO POSTEGGI/GIORNO NEI MERCATI SU AREE PUBBLICHE

Denominazione	Durata	Coefficiente	AM		NA		TOTALE	
			N. Posteggi	Posteggi /gg.	N. Posteggi	Posteggi /gg.	N. Posteggi	Posteggi /gg.
Mercato settimanale del Mercoledì	52/365	0,14247	64	9,13	269	38,31	333	47,44
Mercato settimanale alimentare del Sabato	52/365	0,14247	30	4,27	0	0,00	30	4,27

Posteggi fuorimercato giornalieri	365/365	1,00000	32	32,00	3	3,00	35	35,00
Posteggi fuorimercato settimanali/ostagionali	150/365	0,41096	9	3,70	9	3,70	18	7,40
Fiera di San Martino	1/365	0,00274	30	0,08	450	1,24	480	1,32
Fiera della Candelora	1/365	0,00822	20	0,16	380	3,12	400	3,28
Festa Patronale di San Martino	3/365	0,00822	10	0,08	90	0,74	100	0,82
Festa Madonna della Sanità	1/365	0,00274	2	0,01	5	0,01	7	0,02
Festa Sant'Antonio dei SS. Medici	1/365	0,00274	2	0,01	6	0,02	8	0,03
Festa del Cristo Spirante	2/365	0,00548	2	0,01	6	0,02	8	0,03
Festa della Madonna del Carmelo	2/365	0,00548	6	0,03	24	0,13	30	0,16
Totale			207	49,48	1.242	50,29	1.449	99,77

Unavolta determinato il calcolo dei posteggi/giorno operativi nel territorio comunale, si può definire la superficie totale della rete distributiva insediata nelle aree pubbliche municipali. Infatti, assumendo come superficie quadrata media di un posteggio il dato ottimale fissato in 32mq., potremo determinare la superficie totale dei posteggi attraverso la seguente formula:

$$\text{Somma dei posteggi/giorno} \times \text{Superficie media posteggio} = \text{Superficie totale posteggi}$$

acui corrispondono i seguenti valori numerici:

$$\text{Posteggi/giorno (99,77)} \times \text{Superficie media posteggio mq. (32)} = \text{Superficie totale Mq. 3.192,64}$$

La superficie metrica quadrata coperta dai posteggi istituiti nel Comune di Martina Franca nell'unità di tempo annuale risulta quindi essere di mq. **3.192,64**.

Il dettaglio della ricognizione dei mercati insistenti su aree pubbliche consente altresì la distinzione dei posteggi/giorno e della relativa superficie sopra determinati per tipologia merceologica:

Come già effettuato per il calcolo della superficie totale dei posteggi istituiti nel territorio comunale di Martina Franca, ora è possibile eseguire lo stesso calcolo distinguendo le tipologie merceologiche alimentari da quelle non alimentari.

Per il **settore alimentare**, i posteggi/giorno su base annuale risultano essere **49,48** nell'unità di tempo annuale pari a **mq. 1.583,36**.

Per il **settore non alimentare**, i posteggi/giorno su base annuale risultano essere **50,29** che, moltiplicati per la superficie media di mq. 32, sviluppano un totale di superficie metrica quadrata nell'unità di tempo annuale pari a **mq. 1.609,28**.

In conclusione, nel territorio del Comune di Martina Franca la ricognizione dei mercati insistenti su aree pubbliche ha definito le seguenti superficie totali di posteggi per il commercio su aree pubbliche:

Tipologia posteggi istituiti	Mq. Vendita
Superficie totale posteggi istituiti	3.192,64
di cui:	
<i>Superficie totale posteggi di tipo alimentare</i>	<i>1.583,36</i>
<i>Superficie totale posteggi di tipo non alimentare</i>	<i>1.609,28</i>

Una volta determinata la superficie complessiva dei posteggi nell'unità di tempo annuale (posteggi anno), è possibile pervenire alla definizione del rapporto tra rete distributiva in sede fissa e quella su aree pubbliche.

Tipologia merceologica	Superficie di vendita in sede fissa (mq.)	Superficie di vendita su aree pubbliche (mq.)	Rapporto Commercio area pubblica/fisso (%)
Alimentare e Misto	19.717,80	1.583,36	8,03
Non Alimentare	56.979,00	1.609,28	2,82
Totale	76.696,80	3.192,64	4,16

Nello specifico del Comune di Martina Franca il rapporto tra la superficie complessiva di vendita della rete distributiva in sede fissa (mq. 76.696,80) e quella calcolata insistente sulle aree pubbliche (mq. 3.192,64) definisce un rapporto pari al **4,16%**.

Più nel dettaglio, il rapporto tra commercio su area pubblica e commercio in sede fissa è pari al 8,03% per quanto attiene il settore alimentare e misto, mentre risulta del 2,82% per il settore non alimentare.

Infine, con riferimento alla dotazione di servizio per 1000 abitanti, la ricognizione dei mercati su aree pubbliche ha restituito le seguenti dotazioni di servizio:

Tipologia posteggi istituiti	Mq. Vendita	Dotazione per 1000 ab.
Superficie totale posteggi istituiti	3.192,64	67,38
dicui:		
<i>Superficie totale posteggi di tipo alimentare</i>	<i>1.583,36</i>	<i>33,42</i>
<i>Superficie totale posteggi di tipo non alimentare</i>	<i>1.609,28</i>	<i>33,96</i>

Il confronto tra le dotazioni di servizio del commercio in sede fissa e quelle del commercio su aree pubbliche definiscono la seguente tabella

Commercio fisso AM	Commercio fisso NA	Totale commercio fisso	Commercio aree pubbliche AM	Commercio aree pubbliche NA	Totale commercio aree pubbliche
19.717,80	56.979,00	76.696,80	1.583,36	1.609,28	3.192,64

Le riflessioni conclusive derivanti dall'analisi della situazione attuale del commercio su aree pubbliche nel Comune di Martina Franca portano alle seguenti considerazioni finali:

1. la dotazione commerciale relativa ai mercati su aree pubbliche appare nel complesso adeguata rispetto alle esigenze potenziali della popolazione;
2. i posteggi fuori mercato rappresentano una valida formula di servizi più vicina al consumatore, raggiungendo spesso zone poche servite da strutture a posto fisso.
3. esiste una residua possibilità di espansione del commercio su aree pubbliche, atteso che il rapporto con la dotazione di servizio del commercio in sede fissa è pari al 4,16% e considerato che unanimemente il rapporto ottimale tra commercio in sede fissa e aree pubbliche è indicato al 10,00%.
4. le fiere e le feste rappresentano eventi molto importanti in grado di attrarre visitatori da fuori Comune. La dotazione appare poco strutturata e insufficiente a soddisfare le esigenze della popolazione residente e di quella dei Comuni confinanti e limitrofi.

4 Le Linee Guida di pianificazione nella redazione del Piano del Commercio su Aree Pubbliche del Comune di Martina Franca

Come già anticipato in sede introduttiva, la Legge Regionale 16 aprile 2015 n.24, art. 12, lettera d) richiede la definizione dei parametri di sviluppo del commercio su aree pubbliche costituiti da:

- 1) le determinazioni in materia di fiere e mercati che comprendono la creazione di nuove fiere e mercati, il loro trasferimento, modifica e razionalizzazione, il numero e le dimensioni dei posteggi;
- 2) le eventuali determinazioni di carattere merceologico;
- 3) la definizione di eventuali priorità integrative nelle assegnazioni dei posteggi;

- 4) la definizione di disposizioni a favore di consorzi di operatori, compresa la possibilità di affidare ad associazioni di categoria e a loro consorzi, nonché a società ed enti a essi collegati o da loro controllati, mediante apposita convenzione, la gestione dei servizi connessi alle aree mercatalie alle fiere, assicurando il controllo sui livelli del servizio erogato;
- 5) le determinazioni in materia di posteggi per gli operatori appartenenti a categorie particolari di cui al all'articolo 30, comma 8, della L.R. 24/2015 e per i produttori agricoli di cui al D.Lgs. 228/2001;
- 6) le determinazioni in materia di commercio in forma itinerante compresa l'individuazione di aree aventi valore archeologico, artistico e ambientale nelle quali l'esercizio del commercio su aree pubbliche è vietato o sottoposto a condizioni particolari;
- 7) la determinazione delle giornate di svolgimento delle fiere e dei mercati con riferimento alla loro eventuale stagionalità, agli orari di vendita, alle eventuali sospensioni nelle giornate festive e dei mercati straordinari;
- 8) le determinazioni per il pagamento dei canoni per l'occupazione di aree pubbliche nonché eventuali agevolazioni ed esenzioni in materia di tributi ed entrate.

Il Piano del Commercio su Aree pubbliche del Comune di Martina Franca definisce i contenuti minimi previsti dall'articolo 12, comma 4, lettere d), e) ed f) della legge tenendo conto delle seguenti indicazioni:

- a) favorire e consolidare una rete distributiva che assicuri la migliore produttività del sistema e la qualità dei servizi da rendere al consumatore valorizzando la funzione commerciale su aree pubbliche;
- b) assicurare un servizio anche nelle zone o nei quartieri più degradati non sufficientemente serviti dalla rete distributiva esistente e a massimizzare la sinergia con le altre forme di distribuzione commerciale e di servizi urbani esistenti;
- c) salvaguardare e riqualificare i centri storici mediante la valorizzazione delle varie forme di commercio su aree pubbliche nel rispetto dei vincoli relativi alla tutela del patrimonio artistico ed ambientale e gli ambiti a vocazione turistica, in relazione anche all'andamento turistico stagionale;
- d) salvaguardare, riqualificare ed ammodernare la rete distributiva esistente dotando le aree mercatalie di servizi igienici e di adeguati impianti per l'allacciamento alla rete elettrica, idrica e fognaria in conformità alle vigenti norme igienico-sanitarie.

In ragione di questi obiettivi, le Linee Guida del Piano del Commercio su Aree Pubbliche del Comune di Martina Franca sono orientate a:

1. razionalizzazione dei mercati, fiere e sagre esistenti con il riordino dei posteggi esistenti con le dovute previsioni di dotazioni infrastrutturali e di servizi;
2. conferma in termini qualitativi e quantitativi dei posteggi laddove risulterà possibile con le previsioni urbanistiche vigenti e con le limitazioni e divieti di polizia stradale e polizia urbana, igienico sanitarie e comunque in accordo con la presumibile capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante e delle vigenti leggi;
3. conferma dei mercati e fiere comunali annuali, stagionali e rionali con le dovute previsioni di dotazioni infrastrutturali e di servizi per compensare e completare la rete commerciale distributiva esistente in accordo con la presumibile capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante;
4. conferma dei posteggi isolati fuori mercato distribuiti su tutto il territorio comunale per compensare e completare la rete commerciale distributiva esistente in accordo con la presumibile capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante;
5. previsione all'interno delle manifestazioni mercatalie e fieristiche di posteggi riservati ai disabili, ai produttori agricoli e per la vendita di prodotti tipici regionali;
6. definizione del regolamento comunale del commercio su aree pubbliche;
7. definizione della cartografia e delle schede analitiche di individuazione e definizione dei

posteggi entro mercati e fiere e di quelli isolati fuori mercato.

5 Nuova definizione dei Mercati su Aree Pubbliche

La nuova definizione dei mercati su aree pubbliche è così determinata:

Mercato settimanale del Mercoledì

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Via Recupero	0	35	35
Via Bascio	0	4	4
Via Filzi	0	4	4
Via Baisizza	0	8	8
Via Serranuda	0	5	5
Via Orimini	0	8	8
Via Micoli	0	7	7
Via D. Raggi	0	11	11
Via Di Giuseppe	0	10	10
Via Carella	0	43	43
Via Oberdan	0	15	15
Via F.lli Caramia	0	26	26
Via Scialpi	0	21	21
Piazza D'Angiò	64	68	132
Via Quinto Orazio Flacco	0	20	20
Via Marinosci	0	9	9
Piazza Vittorio Veneto	0	3	3
Totale	64	297	361

Mercato settimanale alimentare del Sabato

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Piazza D'Angiò-Foro Boario	26	0	26
Totale	26	0	26

Posteggi isolati giornalieri

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
San Paolo	5	0	5
Specchia Tarantina	5	0	5
Carpari	5	0	5
Motolese	5	0	5
Capitolo	5	0	5
Contrada Montelullo	7	3	10
Totale	32	3	35

Posteggi isolati settimanali/stagionali

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Piazza XX Settembre	2	0	2
Via Vittorio Emanuele	1	0	1
Via Pergolesi-Chiesa del Carmine	1	0	1
Corso Italia angolo Viale della Libertà	1	0	1
Piazza antistante Chiesa Madonna della Sanità	1	0	1
Viale della Libertà (Chiesa della Santa Famiglia)	1	0	1
Piazza Mario Pagano	1	0	1
Piazzetta Cimitero	0	6	6

ViaMadonnaPiccola	0	1	1
MercatiRionali giornalieri	0	2	2
Totale	9	9	18

MostraMercatodell'Antiquariato,dell'Artigianatoedell'Usato

LocalizzazioneMostraMercato	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
PiazzaCrispi-Via F. Albanese	3^domenica diognimese	0	30	30
Totale		0	30	30
<i>In alternative</i>				
Foro Boario Loc. Ortolini	3^domenica diognimese	0	60	60
Totale		0	60	60

Mercatini non alimentare di primavera/estate/periodo natalizio (anche con svolgimento serale)

LocalizzazioneMercato	Giorni	Posteggi	
		NonAlimentari	Totale
	Seconda domenica del mese di maggio/giugno/ agosto/settembre/		
	Prima e Seconda domenica di dicembre		
ViaRecupero sino all'intersezione con via bruni		20	20
ViaCarella (da intersez. via Recupero a intersez. via Scialpi)		14	14
ViaF.lliCaramia su ambo I lati (nella sezione compresa tra via Recupero al civico 10 di via F.lli Caramia)		12	12
PiazzaD'Angiò (esclusa l'area a parcheggio)		36	36
ViaL. Marinosci		8	8
Totale		90	90

FiereeFestecivile religiose

FieradiSanMartino

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi	
			Totale
AreaMercataleeViaTaranto	11 novembre		426
Totale			426

FieradellaCandelora

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi	
			Totale
AreaMercatalee	Un giorno nel period dal25gennaio al5febbraio		346
Totale			346

FestaPatronaleSanMartino

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi		
		Contrada Pergolo	Centro Città	Totale
ViedelCentroCittadinoeinContradaPergolo	Il sabato, la domenica e il lunedì successivi al 3 Luglio	11	102	113
Totale		11	102	113

FestaMadonnadellaSanità

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
P.zza - ViaSanità	Seconda domenica di Maggio	2	5	7
Totale		2	5	7

FestadiSant'AntoniodeiSS. Medici

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
Parcheeggio PiazzaMarioPagano	13 giugno	3	5	8
Totale		3	5	8

FestadiCristoSpirante

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
Parcheeggio PiazzaMarioPagano	Prima domenica e lunedì successive alla Festa della Madonna del Carmelo	3	5	8
Totale		3	5	8

FestadellaMadonnadelCarmelo

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
ViaBellini-ViaPergolesi	Il secondo sabato e la seconda domenica successivi alla festa patronale di S. Martino	6	24	30
Totale		6	24	30

FestaRegina Mundi – San Michele

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
Corso Messapia nel tratto compreso tra il civico 128 e il civico 173	Ultima domenica di Maggio	5	7	12
Totale		5	7	12

Riepilogodeimercatisuareepubbliche

Tipologiadimercatisuareepubblicheerelativi posteggi	TotalePosteggi
Mercatisettimanali	361
Posteggiisolatigiornalieri	35
Posteggiisolatisettimanalie/ostagionali	18
MostraMercatodell'Antiquariato,dell'Artigianatoedell'Usato	30 - 60
Mercatini non alimentare di primavera/estate/periodo natalizio	90
FieradiSan Martino	426
FieradellaCandelora	346
FestaPatronalediSanMartino	113
FestaMadonnadellaSanità	7
FestaSant'AntoniodeiSS.Medici	8
FestadelCristo Spirante	8
FestadellaMadonnadelCarmelo	30
Festa Regina Munndi – San Michele	12
Totaleposteggineivarimercati	1484 - 1514



**Comunedimartinafranca Provincia
di Taranto**

**IL REGOLAMENTO DI
DISCIPLINA DELLE ATTIVITÀ
COMMERCIALI SU AREE PUBBLICHE**

Redatto ai sensi della Legge Regione Puglia 16.04.2015 n.24 “Codice del Commercio”, come modificata dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, nonché del Regolamento Regionale n.4 del 28 febbraio 2017

Capitolo 8 Il Regolamento di disciplina delle attività commerciali su aree pubbliche

TITOLO I NORME GENERALI I

Art. 1

Oggetto e Finalità

1. Oggetto del presente Regolamento è l'applicazione di quanto previsto dalla Legge Regionale 16 aprile 2015, n. 24 "Codice del commercio", così come aggiornato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12.
2. Il Regolamento di disciplina delle attività commerciali su aree pubbliche del Comune di Martina Franca persegue le seguenti finalità:
 - a) disciplinare lo svolgimento dell'attività di commercio sulle aree pubbliche nel territorio comunale, sostenendo la qualificazione delle attività commerciali, agevolando la concorrenza, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci.
 - b) sviluppare e consolidare il sistema economico di distribuzione e di servizio tra gli operatori del commercio ed i consumatori.
 - c) tutelare i consumatori attraverso la molteplicità delle forme di approvvigionamento, di assortimento, di sicurezza dei prodotti, di corretta informazione in funzione di calmierazione dei prezzi.
 - d) modernizzare e sviluppare la rete e l'efficienza distributiva, l'evoluzione dell'offerta nella prospettiva di un contenimento dei prezzi.
 - e) garantire il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie di strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione delle piccole e medie imprese locali.
 - f) salvaguardare, potenziare e valorizzare i servizi commerciali nelle aree pubbliche.
3. Il Regolamento di disciplina delle attività commerciali su aree pubbliche del Comune di Martina Franca definisce le modalità di svolgimento dell'attività di commercio e di somministrazione di alimenti e bevande sulle aree pubbliche individuate dall'Amministrazione Comunale, i posteggi isolati concessi per uno o più giorni la settimana, i posteggi con chioschi e le fiere su aree pubbliche nell'ambito del territorio comunale, nel rispetto delle seguenti disposizioni legislative:
 - a) Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114;
 - b) L.R. Puglia 16 aprile 2015, n. 24 "Codice del Commercio", così come aggiornato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, e il Regolamento Regionale 28 febbraio 2017, n. 4;
 - c) Il presente Regolamento tiene altresì conto:
 - dell'Intesa della Conferenza Unificata 83/CU del 05/07/2012 relativa ai criteri da applicare nelle procedure di selezione per l'assegnazione di posteggi su aree pubbliche, in attuazione dell'articolo 70, comma 5, del D.Lgs. n. 59/2010 d'ora innanzi denominata, per brevità, come "Intesa";
 - del Documento Unitario Conferenza delle Regioni e delle Province autonome 13/009/CR11/C11;
 - dell'Accordo della Conferenza Unificata del 16 luglio 2015 sui criteri da applicare alle procedure di selezione per l'assegnazione di aree pubbliche ai fini dell'esercizio di attività artigianali, di somministrazione di alimenti e bevande e di rivendita di quotidiani e periodici;

- del Documento Unitario Conferenza delle Regioni e delle Province autonome 16/45/CR13c/C11 in attuazione dell'accordo della conferenza unificata del 16 luglio 2015 recante i criteri da applicare alle procedure di selezione per l'assegnazione di aree pubbliche ai fini dell'esercizio di attività artigianali, di somministrazione di alimenti e bevande e di rivendita di quotidiani e periodici, assunto in recepimento dell'intesa del 5 luglio 2012.
4. Le norme che seguono si applicano a tutti gli operatori del commercio su aree pubbliche operanti nel territorio comunale di Martina Franca, nonché ai produttori agricoli di cui al D.Lgs. 18 maggio 2001 n. 228 e s.m.i., limitatamente all'uso delle aree e dei posteggi e relativamente alle soste.
 5. Il presente Regolamento viene approvato e può essere modificato dal Consiglio Comunale, sentite le rappresentanze locali delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio su aree pubbliche maggiormente rappresentative a livello regionale.
 6. Con ordinanza dirigenziale possono essere impartite disposizioni in merito alla viabilità interna dei singoli mercati e all'uso di parti comuni degli stessi, previa richiesta sottoscritta da almeno 2/3 degli operatori e/o dal soggetto incaricato della gestione del singolo mercato, oppure d'ufficio in conseguenza di valutazioni ed esigenze rilevate dagli uffici comunali. Con ordinanza sindacale possono altresì essere variati gli orari di apertura al pubblico dei mercati, anche in maniera differenziata o con riferimento a singoli mercati e fiere.

Art.2

Determinazioni in materia di fiere e mercati

1. La programmazione del Comune di Martina Franca individua le fiere, i mercati ed i relativi posteggi, nonché i posteggi sparsi al di fuori dei mercati che si svolgono nel territorio comunale.
2. L'atto di programmazione contiene la cartografia dei posteggi con l'indicazione del loro numero progressivo.
3. Per ciascuna delle tipologie di cui al comma 1 il Comune di Martina Franca individua il giorno di svolgimento, la stagionalità, la localizzazione, i settori merceologici, le dimensioni di ciascun posteggio.
4. I settori merceologici dei mercati sono individuati in applicazione dei commi 2 e 3 dell'articolo 16 della L.R. 24/2015, così come aggiornato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12. Il settore merceologico dei posteggi è individuato sulla base dell'allegato A della stessa Legge regionale ed in relazione:
 - a. alle esigenze di allacciamento alla rete idrica e fognaria;
 - b. alla osservanza delle condizioni igienico-sanitarie prescritte;
 - c. alla diversa superficie dei posteggi medesimi.
5. Per l'esercizio del commercio nei mercati e in ogni fiera, di cui all'articolo 12, comma 4 lett. f) della legge il Comune di Martina Franca, sentite le Organizzazioni di cui all'articolo 3, comma 2, della L.R. 24/2015 così come aggiornato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, adotta il relativo regolamento che dispone in ordine a:
 - a. la tipologia dei mercati delle fiere;
 - b. i giorni e l'orario di svolgimento;
 - c. la localizzazione e l'articolazione del mercato come specificato al comma 3;
 - d. le modalità di accesso degli operatori e la sistemazione delle attrezzature di vendita;
 - e. la regolamentazione della circolazione pedonale e veicolare;
 - f. le modalità di divieto di osservarsi nell'esercizio dell'attività di vendita.
6. La programmazione individua le modalità di assegnazione dei posteggi per le categorie di cui all'articolo 30, comma 8, della L.R. 24/2015, così come aggiornato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, nel rispetto dei principi di pubblicità, trasparenza e semplificazione amministrativa.

7. Il posteggio riservato ai sensi dell'articolo 30, comma 8, della legge è legato direttamente ai soggetti assegnatari e non sono ammessi la cessione, l'affitto o altra forma di trasferimento, se non a favore di soggetti aventi gli stessi requisiti per l'assegnazione del posteggio posseduti dal dante causa. Qualora l'operatore non intenda più svolgere l'attività sul posteggio riservato, questo rientra nella disponibilità del Comune.
8. In caso di assenza temporanea dell'assegnatario, il posteggio riservato può essere assegnato anche a operatori del commercio su aree pubbliche, nel rispetto del settore merceologico previsto.
9. La programmazione deve individuare, altresì, gli ulteriori criteri di cui all'articolo 30, comma 4 lett. c) della L.R. 24/2015, così come aggiornato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, tenendo conto prioritariamente:
 - a. presentazione di apposita documentazione attestante la regolarità dell'posizione dell'impresa, sia individuale che societaria, ai fini previdenziali, contributivi e fiscali;
 - b. assunzione dell'impegno da parte del soggetto candidato a rendere compatibile il servizio commerciale con la funzione e la tutela territoriale;
 - c. partecipazione a corsi di formazione professionale del candidato e/o dei dipendenti;
 - d. stato di disoccupazione;
 - e. invalidità
 - f. carico familiare

Art. 3

Disposizioni generali

1. Il titolo abilitativo per il commercio su aree pubbliche, rilasciato o presentato in base alle normative delle altre Regioni e delle Province autonome, abilita all'esercizio dell'attività in tutto il territorio regionale nel rispetto di quanto previsto dalla legge e dal presente regolamento.
2. Il commercio su aree pubbliche, in qualsiasi forma e con qualunque mezzo esercitato, è soggetto al rispetto delle disposizioni di carattere igienico-sanitarie e di sicurezza stabilite dalle disposizioni nazionali e regionali e dalle ordinanze comunali.
3. L'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, sia su posteggio che in forma itinerante, è consentito, ai sensi dell'articolo 27, comma 3 della Legge Regionale 24/2015, così come aggiornato dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, su atto di delega ai collaboratori familiari di cui all'articolo 230 bis del codice civile, ai lavoratori dipendenti e ai soci. Nel caso di società regolarmente costituita, i soci possono svolgere l'attività purché il loro nominativo sia indicato nel titolo abilitativo.
4. L'abilitazione alla vendita dei prodotti alimentari consente il consumo immediato sul posto, con esclusione del servizio assistito di somministrazione e con l'osservanza delle norme vigenti in materia di igienico-sanitaria.
5. Per le comunicazioni, segnalazioni certificate di inizio attività e istanze di cui alle presenti disposizioni, viene utilizzata la modulistica univoca prevista dall'articolo 2, comma 1, del D.Lgs. 126/2016.
6. La SCIA per il commercio in forma itinerante deve contenere anche l'iscrizione al registro delle imprese, qualora già in possesso.
7. Il titolo abilitativo al commercio itinerante è rilasciato a tempo indeterminato.
8. Ai sensi dell'articolo 29, comma 3 della L.R. 24/2015, così come aggiornata dalla L.R. 12/2018, la durata della concessione è di dodici anni. E' possibile una concessione di durata inferiore, ma comunque non inferiore a sette anni per le seguenti tipologie di posteggi nell'ambito di mercati e/o fiere:

- a. mercati o fiere stagionali ovvero che si svolgono per uno o più periodi, nel complesso non inferiori a sessanta giorni e non superiori a duecentoquaranta giorni;
 - b. posteggi isolati;
 - c. posteggi situati in centri storici.
9. E' vietato cedere sotto qualsiasi forma il titolo abilitativo se non insieme all'azienda commerciale. Il Comune verifica l'effettivo trasferimento dell'azienda, nonché il possesso in capo al cessionario dei requisiti di cui all'articolo 5 della L.R. 24/2015, così come aggiornata dalla L.R. 12/2018.
 10. Il subentrante acquisisce tutti i titoli di priorità del cedente, nel rispetto dell'articolo 6 della L.R. 24/2015, così come aggiornata dalla L.R. 12/2018. Le presenze già maturate con il medesimo titolo non possono essere cumulate a quelle relative ad altri titoli abilitativi.
 11. I posteggi isolati sono ubicati in zone non identificabili come mercati e sono individuati negli strumenti di programmazione.
 12. Ai posteggi isolati si applicano, per quanto compatibili, le procedure, i criteri e le modalità previsti per l'assegnazione dei posteggi nei mercati e nelle fiere di cui all'articolo 30 della legge e degli articoli 7 e 8 del presente regolamento.

Articolo 4

Definizione e tipologia di autorizzazioni

1. Agli effetti del presente Regolamento si intendono per:
 - a) **Aree Pubbliche**: le strade e le piazze comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico;
 - b) **Commercio su aree pubbliche**: l'attività di vendita di merci al dettaglio e la somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche o sulle aree private delle quali il Comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;
 - c) **Concessione di posteggio**: l'atto comunale che consente l'utilizzo di un posteggio nell'ambito di un mercato o di una fiera;
 - d) **Mercato**: l'area pubblica o privata della quale il Comune abbia la disponibilità, composta da più posteggi, attrezzata o meno, e destinata all'esercizio dell'attività per uno o più 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;
 - e) **Mercato straordinario**: l'edizione aggiuntiva del mercato che si svolge in giorni diversi e ulteriori rispetto a quelli previsti, senza riassegnazione dei posteggi;
 - f) **Fiera**: la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private delle quali il comune abbia la disponibilità di operatori autorizzati a esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività;
 - g) **Fiera straordinaria**: la fiera realizzata eccezionalmente in occasione di eventi non ricorrenti;
 - h) **Presenza in un mercato**: il numero delle volte che l'operatore si è presentato in tale mercato prescindendo dal fatto che vi abbia potuto o meno svolgere l'attività;
 - i) **Presenze effettive in una fiera**: il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato l'attività;
 - j) **Concessione**, l'atto comunale che consente l'utilizzo di un posteggio nell'ambito del mercato o della fiera o di un posteggio fuori mercato.
 - jbis) **Spunta**: l'operazione con la quale, prima dell'orario di vendita, vengono assegnati di volta in volta i posteggi occasionalmente liberi nel mercato, nella fiera e fuori mercato.
 - jter) **posteggio riservato**: il posteggio individuato per produttori agricoli, diversamente abili e associazioni di commercio equo e solidale
 - jquater) **categoriamerceologica**: il tipo di merce di cui si esercita la vendita
2. Il commercio sulle aree pubbliche può essere esercitato:

- a) suposteggi dati in concessione: tipo A;
 - b) informaitinerante: tipo B.
3. In caso di assenza del titolare del titolo abilitativo, l'esercizio dell'attività è consentito ai dipendenti o soci e collaboratori a condizione che esibiscano a ogni richiesta degli organi di vigilanza e controllo il titolo abilitativo in originale e l'atto di delega, attestante il rapporto con l'impresa titolare.

Art. 5

Esercizi dell'attività di commercio su aree pubbliche

1. Il commercio sulle aree pubbliche sede di mercato o fiere viene svolto su posteggi dati in concessione; presso i mercati, il termine di durata della concessione del posteggio è di 12 anni; tale termine può essere inferiore quando l'area o la struttura ove si svolge il mercato appartiene ad un soggetto diverso dal Comune, che a sua volta dispone di un titolo a termine per l'utilizzo del sito, o quando questo sia motivato da esigenze di interesse pubblico;
2. L'esercizio dell'attività di cui al comma 1 è soggetto ad apposita autorizzazione, rilasciata a persone fisiche o a società di persone e a società di capitali e cooperative regolarmente costituite secondo le norme vigenti, da esibire in originale (o titolo equipollente, sempre in originale) a richiesta degli organi di vigilanza.
3. L'autorizzazione all'esercizio dell'attività di vendita su aree pubbliche mediante l'utilizzo di un posteggio è rilasciata in base alla normativa regionale, dal Comune, contestualmente alla relativa concessione del posteggio. Le richieste di nuova autorizzazione su posteggio nei mercati devono essere inoltrate ed esaminate solo a seguito di apposita procedura concorsuale, con conclusione del procedimento entro gg. 90 dalla data del termine di pubblicazione del bando per la presentazione delle domande.
4. Nel caso di affitto di ramo di azienda, il titolare del posteggio continua ad essere titolare in solido con l'affittuario per tutti gli obblighi ed oneri nascenti dalla concessione del posteggio. Nello stesso mercato uno stesso soggetto non può essere titolare di più di 2 autorizzazioni nel medesimo settore merceologico; se il numero delle autorizzazioni del mercato è superiore a 100, il numero delle autorizzazioni per lo stesso soggetto è elevato a 3. Non è possibile autorizzare il subentro a seguito di cessione di azienda quando a carico del cedente ricorrano i presupposti per la revoca della concessione del box posteggio, benché tale circostanza non sia stata ancora dichiarata nel formale provvedimento di revoca o decadenza (es. il cedente è inadempiente nel pagamento di 2 mensilità di canone). Il trasferimento in proprietà o in gestione dell'attività di commercio su aree pubbliche è disciplinato dalla normativa emanata dalla Regione e comporta il diritto alla re-intestazione dell'autorizzazione di cui era titolare il dante causa, purché il subentrante sia in possesso dei requisiti prescritti dalla normativa vigente. Il subentro deve avvenire nel rispetto dei requisiti e delle condizioni previste dall'art. 6 della L.R. 24/2015.
5. Ad ogni cambio di titolarità o gestione deve corrispondere una comunicazione, da presentarsi allo Sportello Unico delle Attività Produttive. La comunicazione del subentro deve contenere gli estremi del titolo abilitante il cedente, copia del contratto di cessione di azienda, attestazione del possesso dei requisiti prescritti dalla vigente normativa.
6. L'esercizio dell'attività da parte del subentrante viene interdetto, con conseguente cessazione degli effetti del subentro, nei casi di seguito indicati:

- a) Il cedente risulta inadempiente o moroso nel pagamento di 2 mensilità dei canoni di concessione per l'assegnazione di posteggi presso i mercati e/o fiere cittadini, nonché per il mancato pagamento della tassa di occupazione di suolo pubblico;
 - b) Il cedente sia stato dichiarato decaduto o revocato, benché non sia stata data ancora esecuzione al provvedimento;
 - c) Incasodimancanzadeirequisitisoggettivieprofessionali;
 - d) Nelcasodimancatapresentazione delladocumentazione indicataalprecedentepunto5).
7. Nel caso di inibizione dell'attività da parte del subentrante, la comunicazione prodotta vale a dichiarare la cessazione dell'attività da parte del dante causa.
8. Il subentrante, in possesso dei requisiti prescritti dalla vigente normativa, che abbia presentato apposita comunicazione di subentro, può esercitare l'attività del dante causa nelle more della formale re-intestazione della concessione del posteggio, esibendo agli organi di vigilanza copia della comunicazione debitamente consegnata al Comune ed il titolo (atto fra vivi o qualità di successore) che legittima il sub ingresso.
9. Non è possibile realizzare modifiche strutturali al box o agli ambienti mercatali assegnati al fine di collegare, in qualunque modo più box, che di fatto mutano l'assetto del mercato.

Articolo6

Trasferimentotemporaneodimercatiodyfiere

Il trasferimento temporaneo, di cui all'art. 34 comma 3 della L.R. 24/2015, è attuato con determinazione del Dirigente, in base alle risultanze di una Conferenza di Servizi indetta fra le Direzioni Urbanistica, Ambiente, Mobilità Urbana, Polizia Municipale, Municipio e la Ripartizione Sviluppo Economico, sentite le Associazioni di categoria.

Articolo7

Delega

1. In caso di assenza del titolare dell'autorizzazione, l'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche in sede fissa è consentita, per delega, ai collaboratori familiari (art. 230 bis del C. C.), ai dipendenti (Collocamento ordinario), al lavoratore interinale (Legge 196/1997), ed a tutte quelle forme di attività disciplinate dalla legislazione sul lavoro. Nel caso di società regolarmente costituite, i soci possono svolgere l'attività purché i loro nominativi sia indicato nel titolo abilitativo, in mancanza è necessaria la nomina del delegato.
2. I soggetti delegati devono essere indicati nella comunicazione di delega. Ai fini del controllo nei mercati o nelle fiere, l'interessato esibisce copia della comunicazione di delega, corredata da ricevuta inoltrata al Comune e l'originale dell'autorizzazione commerciale del delegante.

Articolo8

Normegenerali per lo svolgimento dell'attività di commercio su aree pubbliche

1. E' vietato esercitare l'attività senza essere in possesso dell'originale del titolo abilitativo, che deve essere esibito a richiesta degli organi di vigilanza. E' altresì vietato svolgere attività non rispettando gli orari stabiliti dal Comune.
2. I concessionari non possono occupare una superficie maggiore o diversa da quella espressamente assegnata. E' assolutamente vietato occupare, anche con piccole sporgenze, spazi comuni destinati - a tutela di interessi pubblici e privati - al regolare e sicuro funzionamento dell'intero complesso commerciale ed alla sua agevole frequentazione (quali quelli fra i posteggi o quelli riservati al transito ed alla circolazione pedonale e veicolare).

3. Ciascun posteggio deve essere utilizzato rispettando il settore o la specializzazione merceologica a cui è destinato. E' vietato esercitare il commercio di generi diversi da quelli autorizzati.
4. Le tende di protezione alle strutture di vendita, sono ammesse a condizione, comunque, che non fuoriescano dal posteggio assegnato e non risultino di impedimento o pregiudizio ad interessi pubblici e privati e non arrechino turbativa alla regolare circolazione pedonale e veicolare.
5. E' vietato l'utilizzo di mezzi sonori, fatto salvo l'uso di apparecchi atti a consentire l'ascolto di prodotti audiovisivi in vendita, a condizione che il volume sia minimo e tale da non recare disturbo agli stessi operatori collocati negli spazi limitrofi, ai residenti e alle attività diverse che si svolgono nella zona.
6. Al termine dell'attività di mercato i singoli operatori sono obbligati a lasciare libera e pulita l'area occupata e quella immediatamente circostante, provvedendo a propria cura ad asportare i rifiuti prodotti, anche mediante il loro diretto conferimento presso i cassonetti per la raccolta differenziata; tale obbligo di pulizia a carico degli operatori prescinde e si aggiunge all'ordinario servizio di pulizia dell'area del mercato. Gli operatori commerciali esercenti nei mercati, che nell'esercizio della propria attività, producono rifiuti speciali o scarti di lavorazione (es. venditori di prodotti ittici o di carni), sono tenuti al relativo smaltimento in conformità alla normativa vigente.
7. L'inosservanza delle disposizioni di cui ai precedenti commi da parte di tutti gli operatori (commercianti, produttori agricoli e gli altri soggetti iscritti nel Registro delle Imprese) costituisce violazione alle limitazioni e divieti stabiliti dal Piano e dal presente Regolamento; nei mercati gestiti da terzi è compito anche del gestore inoltrare la segnalazione della violazione in forma documentabile (es. lettera, pec, posta elettronica) e recapitata entro 24 ore alla Polizia Annonaria.
8. Ai fini dell'assegnazione temporanea dei posteggi, l'operatore è considerato assente e non può essere in ogni caso ammesso al posteggio per tale giornata, se si presenta dopo l'orario prefissato per l'inizio delle vendite.
9. Per la funzionalità del mercato e per motivi di tutela igienico sanitaria, di sicurezza della circolazione stradale e di compatibilità estetica rispetto all'arredo urbano, è vietato agli operatori ambulanti itineranti fermarsi ed effettuare la vendita ad una distanza inferiore a mt. 300 dalle aree ove si svolge il mercato o la fiera; con ordinanza sindacale possono essere individuate ulteriori aree interdette all'esercizio di tale attività.

TITOLO II AREE DI MERCATO

Articolo 9 Caratteristiche delle aree

La localizzazione e l'ampiezza delle aree di mercato e le caratteristiche economico-commerciali dei posteggi sono stabiliti dal Consiglio Comunale sulla base dei piani urbanistici. Tali aree sono stabilite sulla base delle caratteristiche economiche del territorio, della densità della rete distributiva e della presumibile capacità di domanda della popolazione residente e fluttuante, al fine di assicurare la migliore funzionalità e produttività del servizio da rendere al consumatore ed un equilibrio con le installazioni commerciali a posto fisso e le altre forme di distribuzione in uso.

Nei limiti delle disposizioni contenute nelle leggi e regolamenti, e per quanto in essi non già specificatamente stabilito, ulteriori disposizioni riguardanti le modalità di svolgimento dell'attività di commercio su aree pubbliche, potranno essere emesse con appositi atti del Dirigente o del Sindaco, per quanto di rispettiva competenza, in coerenza con il presente Regolamento e la normativa vigente.

Articolo 10

Aree individuate

Nel territorio comunale di Martina Franca le aree individuate per lo svolgimento di mercati, fiere e posteggi isolati su aree pubbliche sono le seguenti:

Mercato settimanale del Mercoledì

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Via Recupero	0	33	33
Via Bascio	0	4	4
Via Filzi	0	4	4
Via Baisizza	0	6	6
Via Serranuda	0	4	4
Via Orimini	0	7	7
Via Micoli	0	6	6
Via D. Raggi	0	9	9
Via Di Giuseppe	0	4	4
Via Carella	0	43	43
Via Oberdan	0	16	16
Via F.lli Caramia	0	25	25
Via Scialpi	0	21	21
Piazza D'Angiò	64	45	109
Via Quinto Orazio Flacco	0	20	20
Via Marinosci	0	3	3
Via dello Stadio	0	2	2
Piazza Vittorio Veneto	0	3	3
Totale	64	269	319

Mercato settimanale alimentare del Sabato

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
Piazza D'Angiò-Foro Boario	26	0	26
Totale	26	0	26

Posteggi isolati giornalieri

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale
San Paolo	5	0	5
Specchia Tarantina	5	0	5
Carpari	5	0	5
Motolese	5	0	5
Capitolo	5	0	5
Contrada Montelullo	7	3	10
Totale	32	3	35

Posteggi isolati settimanali/stagionali

Localizzazione Mercato	Posteggi		
	Alimentari	Non Alimentari	Totale

PiazzaXXSettembre	2	0	2
ViaVittorioEmanuele	1	0	1
ViaPergolesi-ChiesadelCarmine	1	0	1
CorsoItaliaangoloViale della Libertà	1	0	1
PiazzaleantistanteChiesaMadonnadellaSanità	1	0	1
Viale della Libertà (Chiesa della Santa Famiglia)	1	0	1
PiazzaMarioPagano	1	0	1
PiazzettaCimitero	0	6	6
ViaMadonnaPiccola	0	1	1
MercatiRionaligiornalieri	0	2	2
Totale	9	9	18

Mostra Mercato dell' Antiquariato, dell' Artigianato edell' Usato

LocalizzazioneMostraMercato	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
PiazzaCrispi-Via F. Albanese	3^domenica diognimese	0	30	30
Totale		0	30	30
<i>In alternative</i>				
Foro Boario Loc. Ortolini	3^domenica diognimese	0	60	60
Totale		0	60	60

Mercatini non alimentare di primavera/estate/periodo natalizio

LocalizzazioneMercato	Giorni	Posteggi	
		NonAlimentari	Totale
	SECONDA domenica del mese di maggio/ giugno/ agosto/ settembr e/ PRIMA E SECONDA domenica di dicembre		
ViaRecupero sino all'intersezione con via bruni		20	20
ViaCarella (da intersez. via Recupero a intersez. via Scialpi)		15	15
ViaF.lliCaramia su ambo I lati (nella sezione compresa tra via Recupero al civico 10 di via F.lli Caramia)		12	12
PiazzaD'Angiò (esclusa l'area a parcheggio)		36	36
ViaMarinosci		8	8
Totale		91	91

FiereeFestecivilie religiose

FieradiSanMartino

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
AreaMercataleeViaTaranto	11 novembre	30	436	466
Totale		30	436	466

FieradellaCandelora

LocalizzazioneFiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	NonAlimentari	Totale
AreaMercatale	Un giorno nel period dal25gennaio al5febbraio	20	366	386
Totale		20	366	386

Festa Patronale San Martino

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Zona Pergolo	Centro Città	Totale
Viedel Centro Cittadino e in Contrada Pergolo	Il sabato, la domenica e il lunedì successivi al 3 Luglio	11	101	112
Totale		11	101	112

Festa Madonna della Sanità

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
P.zza - Via Sanità	Seconda domenica di Maggio	2	5	7
Totale		2	5	7

Festa di Sant'Antonio dei SS. Medici

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Parcheggio Piazza Mario Pagano	13 giugno	3	5	8
Totale		3	5	8

Festa di Cristo Spirante

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Parcheggio Piazza Mario Pagano	Prima domenica e lunedì successive alla Festa della Madonna del Carmelo	3	5	8
Totale		3	5	8

Festa della Madonna del Carmelo

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Via Bellini - Via Pergolesi - Via Donizetti	Il secondo sabato e la seconda domenica successivi alla festa patronale di S. Martino	6	24	30
Totale		6	24	30

Festa Regina Mundi - San Michele

Localizzazione Fiera	Giorni	Posteggi		
		Alimentari	Non Alimentari	Totale
Corso Messapia nel tratto compreso tra il civico 128 e il civico 173	Ultima domenica di Maggio	5	7	12
Totale		5	7	12

La disposizione dei posteggi così individuati all'interno delle aree pubbliche potrà essere modificata con Ordinanza del Sindaco per improrogabili esigenze relative a ragioni non altrimenti risolvibili di sostenibilità ambientale, sociale, di viabilità e di sicurezza pubblica.

Articolo 11**Caratteristiche e articolazione merceologica delle aree pubbliche abilitate al commercio**

Il Comune di Martina Franca prevede l'articolazione merceologica dei posteggi delle fiere e dei mercati. Al fine di consentire, nell'ambito dell'Osservatorio Regionale del Commercio, un

monitoraggio sull'andamento del commercio su aree pubbliche, la ripartizione merceologica dei posteggi è effettuata con riferimento alle seguenti categorie di prodotti:

AMAlimentarieMisti
alimentareconesclusionedicarnieprodottiittici
Carni
Salumielatticini
alimentaritipicidiprovenienzapugliese
fruttaeverdure
pesci,crostaceiemolluschi
pane,pasticceriaedolciumi
Bevande
Erboristeria
Parafarmacia

NABINonAlimentariabassoimpatto
Nonalimentare
mobili,articolidiilluminazione
ferramenta,vernici,igienico-sanitari
materialidacostruzione
Prodottiperanimalearticoliiperl'agricoltura(conesclusionedianimalivivi)
fioriepiante

NABPNonAlimentariBeniPersona
cosmeticiearticolidiprofumeria
prodottitessili,biancheria
articolidiabbigliamentoepellicceria
accessoridell'abbigliamento
calzatureearticoliincuoi

NAABNonAlimentariAltribeni
Casalinghi,elettrodomestici,radioTV,
libri,giornali,cartoleria,CD,dischiemusicassette
accessoriperauto□moto□cicli;
prodottidell'artigianatotipicopugliese(nonalimentare);
altriprodotti.

Titolo III DISCIPLINA DELLE AUTORIZZAZIONI

Articolo 12 Forme di vendita

1. Possono esercitare il commercio su aree pubbliche i titolari di titolo abilitativo per il commercio su area pubblica e gli imprenditori agricoli iscritti al registro delle imprese di cui all'art. 8 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, nei modi e termini stabiliti dall'art.4 del Decreto Legislativo 18 maggio 2001, n.228.
2. Il commercio su aree pubbliche può essere svolto:
 - su posteggi in aree riservate ai mercati o fuori mercato dati in concessione per i periodi previsti al precedente articolo 6, comma 1 del presente Regolamento;
 - informa itinerante.
3. I titolari di autorizzazione e gli imprenditori agricoli di cui al precedente comma 1, possono esercitare il commercio su aree pubbliche anche su posteggi in aree riservate alle fiere o altre manifestazioni date in concessione per il periodo di tempo di svolgimento delle stesse.

Articolo 13

Obblighi dell'operatore commerciale

1. Il commercio su aree pubbliche è soggetto ad autorizzazione o altro valido titolo che ne legittimi lo svolgimento, nel rispetto degli orari stabiliti dal Sindaco.
2. I concessionari di posteggio nel mercato non possono occupare una superficie maggiore o diversa da quella espressamente assegnata ed indicata nella concessione, né occupare, anche con piccole sporgenze o qualsiasi altro oggetto o veicolo, spazi comuni riservati al transito, destinati a tutela di interessi pubblici e privati al regolare e sicuro funzionamento dell'intero complesso commerciale ed alla sua agevole frequentazione o comunque spazi non in concessione.
3. La merce esposta deve rimanere entro i limiti dello spazio assegnato a terra, con divieto di esporre la merce sul suolo, ad esclusione delle piante, dei fiori e delle calzature.
Le attrezzature di copertura non devono superare in lunghezza e in larghezza la misura assegnata di oltre mt. 0,25 per lato, con altezza non inferiore a mt. 2,70 a condizione che non siano di impedimento al flusso pedonale ed alle operazioni di mercato in genere, che non occultino la visibilità dei banchi e che non siano di intralcio all'accesso e all'operatività dei mezzi di soccorso. Salvo che non sia diversamente disposto, ogni operatore deve osservare il rispetto della distanza di 0,50 metri tra un posteggio e l'altro.
4. Gli assegnatari del posteggio utilizzano il plateatico loro assegnato per l'esposizione e la vendita della merce che potrà avvenire sia con banco tradizionale che con il supporto del veicolo non attrezzato, a condizione che occupi esclusivamente lo spazio coincidente con le dimensioni del posteggio. Pertanto è consentita la sistemazione del veicolo a tergo o a lato del banco di vendita nell'ambito degli spazi espressamente assegnati e qualora non occulti la visibilità dei banchi limitrofi e non sia di ostacolo alla circolazione sia pedonale che veicolare. Non ricorrendo a queste condizioni, il mezzo dovrà essere rimosso dopo le operazioni di carico e scarico di merci e attrezzature, per essere ricoverato in altro luogo di sosta. Per quanto concerne la collocazione dei veicoli si osservano le disposizioni specificatamente previste per ogni mercato.
5. L'operatore commerciale su aree pubbliche ha l'obbligo di esibire su richiesta degli organi di vigilanza l'autorizzazione amministrativa in originale relativa alla concessione del posteggio.
6. Qualora l'attività sia esercitata da un coadiutore, dipendente o socio, è necessario attenersi al quanto disposto al precedente art. 8 commi 1 e 2 del presente regolamento.
7. L'operatore commerciale:
 - a) deve indicare in modo chiaro e ben leggibile il prezzo per unità di misura, dei prodotti esposti per la vendita mediante l'uso di un cartello applicato per ogni prodotto; quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello;
 - b) non può, in nessun caso, rifiutare di vendere, nella quantità richiesta, la merce esposta al pubblico;
 - c) deve procedere alla vendita nel rispetto dell'ordine temporale della richiesta.
8. Al titolare della concessione del posteggio è fatto obbligo di:
 - occupare solamente l'area data in concessione;
 - esporre le merci in modo da non coprire la visuale delle altre attività confinanti;
 - al termine dell'occupazione, asportare gli imballaggi e ogni genere di rifiuti, secondo le indicazioni dell'ufficio comunale competente o del Gestore del Servizio di Igiene Urbana;
 - non ingombrare lo spazio riservato per il passaggio degli acquirenti;
 - non accendere fuochi all'interno del mercato o della fiera;
 - non richiamare gli acquirenti con grida e altre forme sonore;
 - non turbare l'ordine del mercato o della fiera;
 - osservare e far osservare ai collaboratori tutte le norme igienico-sanitarie nell'esercizio della vendita;
 - detenere bilance bene allavista del pubblico, qualora vendano merce a peso.
9. I veicoli per il trasporto della merce e d'altro materiale in uso agli operatori del settore possono

sostare sulle aree di mercato purché lo spazio globale occupato rientri nelle dimensioni del posteggio loro assegnato.

10. I banchi e le attrezzature devono essere collocati nello spazio appositamente delimitato.
11. Le tende di protezione dei banchi e quant'altro, avente tale finalità non possono sporgere oltre mt. 0,25 dalla verticale del limite di allineamento e lateralmente di un massimo di cm.25.
12. Le merci debbono essere esposte all'altezza minima dal suolo di cm.50 e la parte inferiore della copertura deve essere ad almeno mt. 2 dal suolo.
13. Ai soli venditori di calzature, ferraglie, piante e fiori, ferramenta, arredamenti, è consentita l'esposizione a terra della merce esposta in vendita.

Articolo 14

Procedura di rilascio delle autorizzazioni di tipo "A"

1. Il SUAP provvede alla predisposizione dei bandi per l'assegnazione dei posteggi nei mercati cittadini, che devono essere recapitati al competente Assessorato Regionale entro il 30 aprile ed il 30 settembre ai fini della pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione Puglia.
2. Le domande di rilascio di autorizzazione ed assegnazione di posteggio possono essere inoltrate al Comune a partire dalla data di pubblicazione del bando sul bollettino Ufficiale della Regione Puglia e devono essere fatte pervenire nel termine massimo di sessanta giorni dalla data di inizio della pubblicazione del bando. Le domande eventualmente pervenute dopo il predetto termine sono respinte e non danno alcuna priorità nei bandi successivi o in eventuale assegnazione futura. L'esito dell'istanza, nonché le graduatorie provvisorie e definitive, sono comunicate agli interessati mediante pubblicazione sul sito istituzionale del Comune di Martina Franca. Il Comune esamina le domande regolarmente pervenute e provvede alla formulazione delle graduatorie tenendo conto, nell'ordine, dei criteri indicati al comma 3 del presente articolo. L'esito dell'istanza viene comunicato agli interessati nel termine non superiore a 90 giorni decorrenti dalla data di scadenza del termine ultimo di presentazione delle istanze.
3. Individuati i posteggi vacanti nel mercato, il Comune rilascia la concessione dodecennale del posteggio e la relativa autorizzazione tramite bando comunale da pubblicarsi sul B.U.R.P., sulla base di una graduatoria formulata tenendo conto dei seguenti criteri:
 - a) Professionalità acquisita: per i mercati settimanali ove è ubicato il posteggio richiesto, determinata in base al numero di volte che l'operatore si è presentato ed ha fatto rilevare la presenza agli organi di Polizia Locale, come risultante dagli atti d'ufficio, fino alla data di pubblicazione del bando (punti 0,01 per ogni presenza maturata ed attestata dagli Agenti di Polizia Locale); per i mercati giornalieri è determinata dal periodo di esercizio dell'attività nell'ambito del mercato, in relazione ai mesi di esercizio della stessa (punti 0,5 per ogni mese decorrente dalla data di consegna del posteggio o dalla data di comunicazione del subentro).
 - b) Anzianità di iscrizione presso il Registro delle Imprese di commercio al dettaglio su aree pubbliche, riferita a quella del soggetto titolare al momento della partecipazione al bando; nel caso di soggetti già esercenti per subentro, l'anzianità del richiedente si somma solo a quella del proprio dante causa (anzianità di iscrizione fino a 5 anni punti 40, maggiore di 5 anni fino a 10 anni punti 50, oltre i 10 anni punti 60).
 - c) Per coloro che, unitamente all'istanza di assegnazione del posteggio, produrranno autocertificazione di regolarità contributiva si assegnano punti 3.
 - d) Nella predisposizione di specifici bandi, sarà possibile, per esigenze e circostanze valutate dalla Giunta Municipale, inserire i criteri indicati dalla L. R. Puglia 16.04.2015 n. 24 art. 30 comma 4 lett. b), attribuendo 7 punti. Atteso che, tale assegnazione di punteggio costituisce motivo di assegnazione dei posteggi, l'effettiva mancata applicazione delle prescrizioni derivanti da tali criteri è motivo di revoca della concessione di posteggio e, l'attività effettivamente svolta è sanzionabile in applicazione della L.R. Puglia 16.04.2015 n.24 art.61 commi 3 e 4.
 - e) In caso di parità di punteggi si tiene conto dei criteri di seguito indicati:

- I) Assunzione dell'impegno da parte del richiedente a rendere compatibile il servizio commerciale con la funzione e la tutela territoriale;
- II) Partecipazione a corsi di formazione professionale del candidato e/o dei dipendenti, in materia pertinente con l'attività da svolgere e che non siano già considerati ai fini del requisito professionale per l'esercizio dell'attività, compresi i corsi di lingua straniera;
- III) Stato di disoccupazione
- ; IV) Invalidità;
- V) Carico familiare;

Ciascuno dei 5 criteri innanzi indicati si applica, partendo dal I), solo in caso di parità dopol'applicazione del criterio antecedente.

4. Le domande pervenute da soggetti che risultano inadempienti o morosi nel pagamento della tassa di occupazione di suolo pubblico saranno escluse. Per coloro che sono già assegnatari di posteggio presso i mercati gestiti da terzi, la suddetta regolarità nei pagamenti deve essere attestata da dichiarazione dei gestori, in qualità di creditori dei suddetti pagamenti e preposti al recupero degli stessi.
5. Qualora sia stata effettuata una ripartizione dei posteggi in relazione a categorie/settori merceologici, gli interessati nell'istanza specificano uno, più o tutti i posteggi per i quali intendono concorrere e il relativo ordine di preferenza. In relazione a tali indicazioni, vengono predisposte distinte graduatorie per ciascun gruppo di posteggi, assegnando gli stessi a coloro che, in ciascuna di esse, risultano averne diritto, nel rispetto di quanto indicato dal precedente comma 3.
6. In caso di soppressione di posteggi in un mercato, i titolari dei posteggi soppressi hanno priorità assoluta nell'assegnazione di nuovi posteggi comunque disponibili, quale che sia la merceologia trattata.

Articolo 15

Assegnazione di posteggi a produttori agricoli, soggetti portatori di handicap o associazioni di commercio equo e solidale

1. Con decorrenza dalla data di scadenza della pubblicazione del bando di cui al precedente art. 15 e, comunque, entro e non oltre il 20 aprile ed il 20 settembre di ciascun anno, possono essere presentate istanze di concessione di posteggio da parte di produttori agricoli, soggetti portatori di handicap o associazioni di commercio equo e solidale. Il Comune, verificata la disponibilità del posteggio richiesto e la presenza di posteggi assegnabili nel mercato entro il limite percentuale del 5 %, provvede alla pubblicazione dell'istanza presso il proprio sito istituzionale e all'albo pretorio per la durata di 15 giorni al fine di presentare eventuali istanze concorrenti.
2. Decorso il termine di pubblicazione delle istanze, le stesse sono valutate secondo il seguente ordine di priorità: primariamente i soggetti portatori di handicap in possesso dei requisiti di cui agli artt. 3 e 4 della legge 104/1992, in subordine i produttori agricoli, in fine le associazioni di commercio equo e solidale.
3. Alle istanze di assegnazione dei posteggi, i portatori di handicap devono allegare la fotocopia della certificazione attestante il possesso dei requisiti di cui agli artt. 3 e 4 della legge 104/1992; i produttori agricoli devono allegare il titolo di disponibilità del terreno e specifico elenco dei prodotti coltivati e di cui si intende effettuare la vendita, nonché l'iscrizione presso il Registro delle Imprese Agricole; le associazioni di commercio equo e solidale devono fornire documentazione idonea a comprovare l'esercizio del commercio equo e solidale.
4. Nel caso si intenda vendere prodotti alimentari, sia i portatori di handicap che le associazioni di commercio equo e solidale devono produrre l'attestazione del possesso del requisito professionale.
5. Per tutte le tipologie di operatori, le domande pervenute da soggetti che risultano inadempienti o morosi per il mancato pagamento del canone di occupazione del suolo pubblico, saranno escluse; per coloro che sono già assegnatari di posteggio/locale presso i mercati gestiti da terzi, la suddetta regolarità nei pagamenti deve essere attestata da dichiarazione dei gestori, in qualità di creditori

dei suddetti pagamenti e preposti al recupero degli stessi.

Articolo 16

Criteri di assegnazione pluriennale nei mercati dei posteggi riservati ai produttori agricoli

Nel caso di concorsi di più istanze da parte di produttori agricoli, si procede alla selezione secondo i criteri di seguito indicati:

- a) Anzianità di iscrizione presso il Registro delle Imprese Agricole (anzianità di iscrizione fino a 5 anni punti 40, maggiore di 5 anni fino a 10 anni punti 50, oltre i 10 anni punti 60);
- b) Per coloro che, unitamente all'istanza di assegnazione del posteggio, produrranno autocertificazione di regolarità contributiva si assegnano punti 3;
- c) In caso di parità di punteggi si tiene conto dei criteri di seguito indicati:
 - I) Assunzione dell'impegno da parte del richiedente a rendere compatibile il servizio commerciale con la funzione e la tutela territoriale;
 - II) Partecipazione a corsi di formazione professionale del candidato e/o dei dipendenti, in materia pertinente con l'attività da svolgere e che non siano già considerati ai fini del requisito professionale per l'esercizio dell'attività, compresi i corsi di lingua straniera
 - III) Invalidità;
 - IV) Carico familiare.

Ciascuno dei 4 criteri innanzi indicati si applica, partendo dal I), solo in caso di parità dopo l'applicazione del criterio antecedente.

Articolo 17

Criteri di assegnazione pluriennale nei mercati dei posteggi riservati ai portatori di handicap

Nel caso di concorsi di più istanze da parte di portatori di handicap, si procede alla selezione secondo i criteri di seguito indicati:

1. Professionalità acquisita nel mercato ove è ubicato il posteggio richiesto, per i mercati settimanali, determinata in base al numero di volte che l'operatore si è presentato ed ha fatto rilevare la presenza agli organi di Polizia Municipale, come risultante dagli atti d'ufficio, entro l'orario di inizio previsto, fino alla data di pubblicazione del bando (punti 0,5 per ogni presenza maturata ed attestata dagli Agenti di Polizia Municipale), mentre per i mercati giornalieri la professionalità acquisita è determinata dal periodo di esercizio dell'attività nell'ambito del mercato, determinata dai mesi di esercizio della stessa (punti 0,5 per ogni mese decorrente dalla data di consegna del posteggio).
2. Anzianità di iscrizione presso il Registro delle Imprese della CCIAA di commercio al dettaglio su aree pubbliche riferita a quella del soggetto titolare al momento della partecipazione al bando; nel caso di soggetti già esercenti per subentro, l'anzianità del richiedente si somma solo a quella del proprio dante causa (anzianità di iscrizione fino a 5 anni punti 40, maggiore di 5 anni fino a 10 anni punti 50, oltre i 10 anni punti 60).
3. Per coloro che, unitamente all'istanza di assegnazione del posteggio, produrranno autocertificazione di regolarità contributiva si assegnano punti 3.
4. In caso di parità di punteggi si tiene conto dei criteri di seguito indicati:
 - I) Assunzione dell'impegno da parte del richiedente a rendere compatibile il servizio commerciale con la funzione e la tutela territoriale;
 - II) Partecipazione a corsi di formazione professionale del candidato e/o dei dipendenti, in materia pertinente con l'attività da svolgere e che non siano già considerati ai fini del requisito professionale per l'esercizio dell'attività, compresi i corsi di lingua straniera;
 - III) Stato di disoccupazione;
 - IV) Carico familiare.

Ciascuno dei 4 criteri innanzi indicati si applica, partendo dal I), solo in caso di parità dopo l'applicazione del criterio antecedente.

Articolo 18

Criteri di assegnazione pluriennale nei mercati dei posteggi riservati a operatori del commercio equo e solidale

Nel caso di concorso di più istanze da parte di operatori del commercio equo e solidale, si procede alla selezione secondo i criteri di seguito indicati:

1. Professionalità acquisita nel mercato ove è ubicato il posteggio richiesto, per i mercati settimanali, determinata in base al numero di volte che l'operatore si è presentato ed ha fatto rilevare la presenza agli organi di Polizia Municipale, come risultante dagli atti d'ufficio, entro l'orario di inizio previsto, fino alla data di pubblicazione del bando (punti 0,5 per ogni presenza maturata ed attestata dagli Agenti di Polizia Municipale), mentre per i mercati giornalieri la professionalità acquisita è determinata dal periodo di esercizio dell'attività nell'ambito del mercato, determinata dai mesi di esercizio della stessa (punti 0,5 per ogni mese decorrente dalla data di consegna del posteggio).
2. Anzianità di iscrizione presso il Registro delle Imprese della CCIAA di commercio al dettaglio su aree pubbliche riferita a quella del soggetto titolare al momento della partecipazione al bando, nel caso di soggetti già esercenti per subentro, l'anzianità del richiedente si somma solo a quella del proprio dante causa (anzianità di iscrizione fino a 5 anni punti 40, maggiore di 5 anni fino a 10 anni punti 50, oltre i 10 anni punti 60).
3. Per coloro che, unitamente all'istanza di assegnazione del posteggio, produrranno autocertificazione di regolarità contributiva si assegnano punti 3.
4. Incasodiparitàdipunteggiostienecontodeicriteridiseguitoindicati:
 - I) Assunzione dell'impegno da parte del richiedente a rendere compatibile il servizio commerciale con la funzione e la tutela territoriale;
 - II) Partecipazione a corsi di formazione professionale del candidato e/o dei dipendenti, in materia pertinente con l'attività da svolgere e che non siano già considerati ai fini del requisito professionale per l'esercizio dell'attività, compresi i corsi di lingua straniera;
 - III) Statodidisoccupazione;
 - IV) Invalidità;
 - V) Caricofamiliare.Ciascunodei5criteriinnanziindicatisi applica,partendodallI),soloincasodiparitàdopo l'applicazione del criterio antecedente.

Articolo 19

Revocadelposteggiopermotividipubblicointeresse

Qualora si debba procedere alla revoca del posteggio per motivi di pubblico interesse, il titolare del posteggio soppresso ha priorità assoluta nell'assegnazione di nuovi posteggi comunque disponibili indipendentemente dalla merceologia trattata; il nuovo posteggio, dovrà essere individuato secondo i seguenti criteri di priorità:

- a) nell'ambitodeiposteggi eventualmentedisponibili inquantononassegnati;
- b) qualora non vi siano posteggi disponibili nell'ambito dell'area di mercato, ove possibile, mediante l'istituzione di nuovi posteggi;
- c) l'ordine di priorità nella scelta dei nuovi posteggi seguirà l'anzianità di concessione vantata dal concessionario.

Articolo 20

Modalitàdiregistrazioneecalcolodelnumerodellepresenze

1. L'operatore concessionario è tenuto ad essere presente nel mercato sul posteggio assegnato entro l'orario previsto per l'inizio delle vendite, altrimenti è considerato assente.
2. Per presenze in un mercato si intende il numero delle volte in cui l'operatore si è presentato al mercato, prescindendo dal fatto che vi abbia potuto o meno svolgere l'attività commerciale, purché ciò non dipenda da sua rinuncia, in tale ultimo caso non è riconosciuta la presenza; non

hanno alcun valore, le presenze eventualmente registrate durante i periodi di cancellazione o sospensione dell'attività di commercio su aree pubbliche dal Registro Imprese. Per anzianità di presenza nel mercato, si considera anche l'anzianità maturata dal dante causa per cessione di azienda riferita alla cessione unica e diretta a favore dell'operatore commerciale interessato, se più favorevole per esso.

3. Il Comune, per il tramite della Polizia Locale, istituisce in tutti i mercati un servizio di rilevazione e registrazione delle presenze maturate da ogni operatore, sia concessionario che occasionale, al fine di formare per questi ultimi una graduatoria da pubblicizzare nelle forme più idonee ed opportune.

Articolo 21

Modalità di assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati

1. Per ciascun mercato settimanale viene tenuto un elenco con relativa graduatoria degli operatori del commercio ambulante legittimati alla temporanea occupazione del posteggio occasionalmente libero; a tale elenco si viene iscritti previa istanza dell'interessato.
2. L'iscrizione nell'elenco di cui al precedente punto 1, per coloro che effettuano la vendita di prodotti alimentari è consentita solo nell'ambito della medesima tipologia merceologica.
3. Nel caso di assenza dell'operatore assegnatario di posteggio nel mercato settimanale, si procede all'assegnazione dello stesso posteggio ad altro operatore.
4. La graduatoria per l'assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque in attesa di assegnazione nei mercati settimanali è annualmente aggiornata dal Comune, adottando come criterio di priorità il più alto numero di presenze maturate dagli operatori, anche in modo discontinuo (punti 0,01 per ogni presenza maturata e attestata dagli Agenti di Polizia Locale), e l'anzianità di iscrizione presso il Registro delle Imprese di commercio al dettaglio su aree pubbliche riferita a quella del soggetto titolare al momento della richiesta di inserimento nell'elenco di cui trattasi, mentre nel caso di soggetti esercenti per subentro ad altro operatore del commercio ambulante, l'anzianità del richiedente si somma solo a quella del proprio dante causa (anzianità di iscrizione fino a 5 anni punti 40, maggiore di 5 anni fino a 10 anni punti 50, oltre i 10 anni punti 60). La Polizia Locale, per la sola giornata di svolgimento del mercato, indipendentemente dai prodotti trattati, assegna agli operatori presentatisi nel mercato, nell'ordine di graduatoria, i posteggi che risultano liberi nel corso della verifica; l'operatore che non accetta il posteggio spettante è considerato rinunciatario e perde la presenza dell'aggiornata.
5. L'assegnazione temporanea è ammessa per i posteggi su area scoperta presso i mercati settimanali, nonché nei posteggi isolati ubicati su strada.
6. I soggetti, che risultano cessati o cancellati dal registro imprese della C.C.I.A.A., perdono le presenze maturate sin dalla data di cancellazione/cessazione, anche se provvedono ad una nuova iscrizione o alla riattivazione della stessa iscrizione; conseguentemente ne viene modificata la graduatoria.

Articolo 22 Miglioria di posteggi e scambio posteggio

1. In applicazione dell'art. 34, comma 6 della legge 24/2015, nel caso in cui si rendano disponibili uno o più posteggi (per rinuncia dell'operatore, per decadenza della concessione del posteggio) in un mercato o in una fiera il Comune può indire un bando per la miglioria, al quale deve essere data adeguata pubblicità, riservato agli operatori concessionari di posteggio presenti nel mercato o nella fiera.
2. Con decorrenza dalla data di scadenza della pubblicazione del bando di cui al precedente comma 1 e, comunque, entro e non oltre il 20 aprile ed il 20 settembre di ciascun anno, possono essere presentate istanze di miglioria consistenti nel trasferimento presso i posteggi liberi presenti nello stesso mercato o nel cambio di merceologia.

3. Ai fini dell'applicazione dell'art. 34 comma 6 della L.R. Puglia 24/2015, il Comune svolge adeguata informazione mediante la pubblicazione sul proprio sito internet istituzionale e all'albo pretorio.
4. Le graduatorie per istanze concorrenti di miglioramento a cambi posteggio saranno determinate con i criteri indicati al precedente art. 14.
5. I posteggi che risultano liberi successivamente alle procedure di miglioramento devono essere inseriti nei bandi comunali di cui all'art. 30 della legge 24/2015.
6. In caso di non assegnazione di un posteggio dopo aver esperito sia le procedure di miglioramento che quelle del bando di cui al precedente art. 14 comma 1, il Comune è tenuto ad avviare una razionalizzazione del mercato o della fiera che tenga conto della nuova situazione;
7. E' consentito lo scambio consensuale tra titolari di posteggio purchè entrambi abbiano autorizzazione. Nell'ambito del medesimo genere merceologico, lo scambio dovrà avvenire tramite presentazione contestuale dell'istanza da parte dei titolari con indicazione del numero di posteggi da scambiare. Tale procedura dovrà essere inoltrata sul portale "impresa in un giorno".

Articolo 23

Reintestazione dell'autorizzazione o sub-ingresso

1. Nell'ipotesi di cessione in proprietà o gestione per atto tra vivi dell'attività commerciale corrispondente all'autorizzazione di tipo A, il cessionario provvede a inoltrare al Comune di Martina Franca, entro sessanta giorni, la Comunicazione di Subentro sottoscritta anche dal cedente, allegandovi copia dell'atto di cessione e l'autocertificazione del possesso dei requisiti soggettivi.
Nel caso di subingresso per causa di morte, gli eredi devono darne comunicazione entro 6 mesi dalla data di morte del titolare; qualora l'erede subentrante non sia in possesso dei requisiti per l'esercizio dell'attività, lo stesso può chiedere la prosecuzione dell'attività per 1 anno.
2. In ogni caso di sub-ingresso in attività di commercio su aree pubbliche il titolare di priorità acquisiti dal cedente si trasferiscono al cessionario. La disposizione si applica anche al conferimento in società.
3. Non è ammessa la cessione dell'attività relativamente a uno o alcuni soltanto dei giorni per i quali è autorizzato l'uso del posteggio.
4. Nell'ipotesi di cambiamento di residenza del titolare di autorizzazione di tipo A, questi ne dà comunicazione entro trenta giorni al Comune di Martina Franca, che provvede alle necessarie annotazioni.
5. L'esercizio dell'attività da parte del subentrante, viene interdetto, con conseguente cessazione degli effetti del subentro, nei casi di seguito indicati:
 - a) Il cedente risulta inadempiente o moroso nel pagamento della tassa di occupazione di suolo pubblico.
 - b) Nel caso in cui il cedente si è astato già dichiarato decaduto o revocato.
 - c) Nel caso di mancanza dei requisiti soggettivi e professionali necessari per l'esercizio dell'attività commerciale.
6. L'esercizio dell'attività da parte del subentrante viene sospeso sino alla risoluzione, nel caso in cui sia stato avviato un procedimento di decadenza o revoca nei confronti del cedente.
7. Nel caso di inibizione dell'attività da parte del subentrante la comunicazione prodotta vale a dichiarare la cessazione dell'attività da parte del dante causa.

Articolo 24

Decadenza della concessione del posteggio e della relativa autorizzazione

La concessione di posteggio decade e la relativa autorizzazione è decaduta quando:

- a) Nel caso in cui l'operatore non risulti più in possesso dei requisiti previsti per l'esercizio dell'attività.
- b) Nel caso in cui l'operatore non inizi l'attività entro 6 mesi dalla data di avvenuto rilascio materiale dell'autorizzazione;

- c) Qualora l'operatore in possesso di autorizzazione di tipo A non utilizzi il posteggio assegnato per l'esercizio dell'attività ivi autorizzata per periodi superiori complessivamente a 4 mesi continuativi in ciascun anno solare o per oltre un terzo delle giornate previste per ciascun anno solare, fatti salvi i casi di assenza per malattia da documentare entro 30 giorni dall'assenza stessa.
- d) Nel caso di mancata pagamento per un anno canonico del posteggio.
- e) Nel caso in cui l'operatore sospenda volontariamente l'attività per un periodo superiore ad un anno, salvo proroga del termine in caso di comprovata necessità e motivata richiesta preventiva dell'interessato. In ogni caso la proroga non può essere concessa allo spirare del terzo anno consecutivo.

Articolo 25

S.C.I.A. all'esercizio del commercio su aree pubbliche in forma itinerante di tipo "B"

1. L'esercizio del commercio su aree pubbliche di tipo B è soggetta a SCIA da presentarsi al SUAP del Comune in cui il richiedente inizia l'attività.
2. Nella SCIA di cui al comma 1, il soggetto interessato dichiara:
 - a) di essere in possesso dei requisiti individuali;
 - b) il settore o settori merceologici;
 - c) l'impegno al rispetto del CCNL.
3. La SCIA di cui al comma 1, abilita:
 - a) all'esercizio del commercio in forma itinerante su tutto il territorio nazionale;
 - b) all'esercizio del commercio nell'ambito delle fiere;
 - c) all'esercizio del commercio nell'ambito dei mercati, limitatamente ai posteggi non assegnati o provvisoriamente non occupati;
 - d) alla vendita a domicilio.
4. L'esercizio del commercio in forma itinerante permette di effettuare soste per il tempo necessario a servire la clientela e con divieto di posizionare la merce sul terreno o su banchi a terra, nel rispetto delle vigenti normative igienico sanitarie.
5. L'esercizio del commercio in forma itinerante è interdetto nelle aree indicate al successivo articolo 27 del presente Regolamento per motivi di tutela del patrimonio storico, artistico e ambientale, di sicurezza nella circolazione stradale, di tutela igienico sanitaria, di compatibilità estetica o funzionale rispetto all'arredo urbano o per altri motivi di pubblico interesse.
6. Il Comune, anche mediante accordi con altri comuni, può individuare appositi percorsi e aree ove la permanenza degli operatori itineranti non è sottoposta a vincoli temporali, o a determinate condizioni o in particolari orari.

Articolo 26

Prescrizioni per il commercio in forma itinerante

1. L'esercizio del commercio su aree pubbliche in forma itinerante è soggetto a SCIA (segnalazione certificata di inizio attività), da presentarsi al SUAP del Comune di Martina Franca, qualora ivi si intenda iniziare l'attività.
2. E' vietato posizionare la merce sul terreno o su banchi a terra, effettuando l'attività in maniera immediata e a pronta richiesta dell'utente, senza necessità di allestimenti e apprestamenti ulteriori rispetto all'istantanea fornitura del prodotto venduto.
3. L'esercizio del commercio su aree pubbliche in forma itinerante è vietato nelle seguenti zone:
 - Vie del Centro Storico Antico: Via Pergolesi, Via Bellini, Via Mascagni (fino a Via Aprile), Via Aprile, Via Santoro (solo tratto pedonale), Piazza XX Settembre (l'intera piazza), Via Verdi, Via Mercadante, Via Rossini, Piazza M. Pagano (l'intera piazza e aree adiacenti la rotatoria) e Via Donizetti;
 - Vie del Centro Storico commerciale: Via Montegrappa, Viale Carella, Via F.lli Caramia, Piazza d'Angiò (intera piazza), Via Sallustio (fino all'incrocio con Viale Europa), Viale

Europa, Via I. Del Vecchio, Via Archita, Via A. De Gasperi, Via Valle d'Itria, Via Puccini, Via Simonetti. Via Mulino S. Martino, Via G. Fanelli, Viale della Libertà, Corso Italia, Via Alessandro Fighera, Viale Stazione.

- in tutte le altre zone indicate all'art. 12, comma 4 lettera d) punto 6 della L.R. 24/2015.

PressoilComandodiPoliziaLocaleètenutaadisposizionedegliinteressatiunamappadel territorio comunale nella quale sono evidenziate le zone vietate al commercio itinerante.

4. L'esercizio del commercio in forma itinerante può essere interdetto temporaneamente, con ordinanza dirigenziale, per motivi di tutela del patrimonio storico, artistico e ambientale, di sicurezza della circolazione stradale, di tutela igienico sanitaria, di compatibilità estetica o funzionalerispettoall'arredourbano,operaltrimotividipubblicointeresse,fermirestandoi casiincuiilprovvedimentoèdistrettacompetenzasindacaleinapplicazione delD.Lgs.267/2000 art. 50 comma 5 e seguenti.
5. E' consentito l'esercizio dell'attività di vendita di prodotti alimentari mediantel'usodiveicoli, se appositamente attrezzati ed in possesso delle caratteristiche stabilite dalla vigente normativa.

Articolo 27

Cambi di residenza

1. Nel caso di cambiamento di residenza del titolare di esercizio su area pubblica in forma itinerante, questi dà comunicazione entro 30 giorni al Comune sede di posteggio, che provvede alle necessarie annotazioni.
2. Nel caso di cambiamento della persona fisica o di sede legale della società, l'interessato dà comunicazione entro 30 giorni al Comune di nuova residenza o sede legale, il quale provvede all'annotazione e alla sua trasmissione al Comune di provenienza per gli adempimenti conseguenti.

Articolo 28

Orari dei mercati

1. Presso i mercati settimanali, le attività commerciali si svolgono dalle ore 08.00 alle ore 14.00; nei predetti mercati gli operatori devono presentarsi dalle ore 06.30 e non oltre le ore 08.00, solo entro tale periodo di tempo possono essere effettuate le operazioni di allestimento degli stalli, analogamente le operazioni di sgombero delle aree occupate non possono protrarsi oltre le ore 15.00.
3. I mercati non si svolgono durante i giorni festivi. In tal caso saranno anticipati al giorno feriale precedente, salva diversa e motivata disposizione dirigenziale.
4. Con specifica ordinanza possono essere disposti orari diversi da quelli innanzi indicati, ivi compresa la possibilità di prolungamento dell'orario di apertura in ore serali.

Articolo 28 BIS

Norme di Salvaguardia

1. In caso di concorrenza di festività, i mercati e mercatini potranno essere spostati ad altra data con delibera della Giunta Comunale.

TITOLO IV FIERE-SAGRE- FESTE PAESANE E RELIGIOSE MANIFESTAZIONI E SIMILARI

Articolo 29

Principi generali

1. La promozione del sistema fieristico e delle manifestazioni di interesse tipicamente locale

costituisce principio per lo sviluppo delle attività produttive e commerciali dell'economia comunale.

2. Il Comune di Martina Franca, secondo le proprie competenze, anche a tutela dei consumatori, garantisce la concorrenza, la trasparenza e il mercato, assicurando la parità di condizioni per l'accesso alle strutture fieristiche nonché l'adeguatezza della qualità dei servizi agli espositori e agli utenti.
3. Le varie sagre di rilevanza locale e religiosa offrono la possibilità di gustare i tanti prodotti tipici della gastronomia tradizionale e offrono occasione di socializzazione che la comunità locale da tempo vive come difesa dei valori più genuini della propria terra, come espressione del patrimonio storico e culturale della comunità cittadina e quale strumento per favorire lo sviluppo dell'immagine turistica della città.
4. L'Amministrazione rivolge grande attenzione e sensibilità al sostegno e alla realizzazione di eventi che creino attrattiva per il territorio in tutta la sua estensione.

Articolo 30

Criteri e modalità per l'assegnazione dei posteggi nelle Fiere

1. Per le fiere inserite nel piano del commercio su area pubblica, il Comune rilascia la concessione del posteggio per la durata di 7 anni in applicazione dell'art. 29 comma 3 della L. 24/2015, limitatamente al periodo di svolgimento della stessa, sulla base di una graduatoria; ove sia prevista l'articolazione merceologica dei posteggi, il Comune dispone in colidiesclusiva vendita dei relativi prodotti, indipendentemente dal contenuto dell'autorizzazione dei partecipanti, salvo il limite del possesso del requisito professionale ove necessario.
2. Individuati i posteggi vacanti nella fiera, il Comune rilascia la concessione settennale del posteggio e la relativa autorizzazione previo bando comunale da pubblicarsi sul B.U.R.P., sulla base di una graduatoria formulata tenendo conto dei seguenti criteri, in ordine di priorità:
 - a) Professionalità acquisita nella fiera ove è ubicato il posteggio richiesto, determinata in base al numero di volte che l'operatore vi ha partecipato, fino alla data di pubblicazione del bando (punti 0,5 per ogni annualità per un massimo di 5).
 - b) Anzianità di iscrizione presso il Registro delle Imprese di commercio al dettaglio su aree pubbliche riferita a quella del soggetto titolare al momento della partecipazione al bando; nel caso di soggetti già esercenti per subentro, l'anzianità del richiedente si somma solo a quella del proprio dante causa (anzianità di iscrizione fino a 5 anni punti 40, maggiore di 5 anni fino a 10 anni punti 50, oltre i 10 anni punti 60).
 - c) Per coloro che, unitamente all'istanza di assegnazione del posteggio, produrranno autocertificazione di regolarità contributiva si assegnano punti 3.
 - d) Incasodiparità di punteggio si tiene conto dei criteri di seguito indicati:
 - I) Assunzione dell'impegno da parte del richiedente a rendere compatibile il servizio commerciale con la funzione e la tutela territoriale;
 - II) Partecipazione a corsi di formazione professionale del candidato e/o dei dipendenti, in materia pertinente con l'attività da svolgere e che non siano già considerati ai fini del requisito professionale per l'esercizio dell'attività, compresi i corsi di lingua straniera;
 - III) Stato di disoccupazione
 - ; IV) Invalidità;
 - V) Carico familiare.Ciascuno dei 4 criteri innanzi indicati si applica, partendo dal I), solo in caso di parità dopo l'applicazione del criterio antecedente
3. Costituisce motivo di revoca dell'autorizzazione pluriennale alla partecipazione alla fiera la vendita di tipologie merceologiche diverse da quelle autorizzate (AM/NA).
4. I posteggi, che risultano vacanti dopo aver esaurito la graduatoria dei concessionari, sono assegnati per chiamata ai soggetti la cui posizione in graduatoria eccede il numero dei posteggi da assegnare. L'esito dell'istanza, nonché le graduatorie provvisorie e definitive, sono comunicate agli interessati mediante pubblicazione sul sito internet del Comune di Martina Franca e affissione presso la Ripartizione Sviluppo Economico nelle date indicate nello stesso bando.

Articolo 31

Manifestazioni occasionali riservate a soggetti non iscritti al registro delle imprese e non esercenti l'attività di produzione e vendita di beni in forma professionale ovvero prodotti artigianali e quelli di cui all'art. 1 comma 3 L. R. Puglia 24/2015.

1. Non costituiscono fiera o mercato, gli eventi occasionalmente organizzati per una durata complessiva non superiore a 12 giorni nel corso dell'intero anno solare.
2. Limitatamente al periodo natalizio possono essere organizzate manifestazioni con durata massima dal 22 novembre al 7 gennaio (senza il limite del precedente punto

- 1). Tali periodi di svolgimento della manifestazione possono essere sia continuativi che con cadenza periodica, nel suddetto numero di giorni si calcolano solo quelli di effettivo esercizio dell'attività di esposizione e vendita, con esclusione dei giorni di installazione di eventuali strutture o quelli di momentanea inattività della manifestazione.
3. Alle manifestazioni di cui al presente articolo possono partecipare i soggetti non iscritti al registro delle imprese e non esercenti l'attività di produzione e vendita di beni in forma professionale ovvero prodotti artigianali e quelli di cui all'art. 1 comma 3 L. R. Puglia 24/2015.
 4. Tali eventi sono legittimati dalla concessione all'occupazione di suolo pubblico rilasciata dal Municipio competente per territorio, che con proprio provvedimento ha autorizzato l'evento limitatamente all'anno in corso, definendone le caratteristiche, l'ampiezza di occupazione, il numero dei partecipanti ed i beni esposti.
 5. Qualora il Municipio abbia istituito l'evento di propria iniziativa consentendovi l'accesso a soggetti singoli ed autonomi, di tale istituzione ne viene data notizia mediante pubblicazione al sito internet del Comune e nelle altre forme ritenute opportune dallo stesso Municipio e, le assegnazioni delle occupazioni di suolo pubblico, sono effettuate secondo criteri definiti nell'atto istitutivo; in ogni caso, considerata l'occasionalità dell'evento, non costituisce titolo di preferenza l'aver partecipato alle precedenti edizioni.
 6. In occasione di tali eventi, è possibile o autorizzare singoli espositori oppure autorizzare un soggetto promotore che comunica al Municipio i partecipanti all'esposizione e i beni venduti; nel corso di tali eventi è possibile effettuare la vendita solo dei beni compresi nella tipologia dichiarata in apposito elenco preventivamente esibito al Municipio organizzatore, dallo stesso vidimato e tenuto presso il luogo di esposizione ove si effettua la vendita.
 7. Tali eventi non possono essere effettuati in prossimità delle sedi di mercato o fiera durante il periodo di svolgimento degli stessi.

Articolo 32

Manifestazioni occasionali riservate a operatori del commercio su area pubblica e altri soggetti iscritti al registro delle imprese

1. In applicazione della L.R. Puglia 24/2015, art. 33, comma 4, Il Comune può istituire sperimentalmente fiere straordinarie o mercati specializzati non compresi nel piano del commercio.
2. Le manifestazioni indicate al presente articolo possono avere una durata complessiva non superiore a 90 giorni nel corso dell'intero anno; limitatamente al periodo natalizio possono essere organizzate manifestazioni con durata massima dal 22 novembre al 7 gennaio. Tali periodi di svolgimento delle manifestazioni possono essere sia continuativi che con cadenza periodica, nel suddetto numero di giorni si calcolano solo quelli di effettivo esercizio dell'attività di esposizione e vendita, con esclusione dei giorni di installazione di eventuali strutture o quelli di momentanea inattività della manifestazione.
3. A tali manifestazioni possono partecipare tutti coloro che sono iscritti al registro delle imprese e che esercitano l'attività di produzione e vendita di beni in forma professionale.
4. Il Comune con propria deliberazione istituisce le manifestazioni trattate dal presente articolo, individuando l'area, i giorni di svolgimento, gli orari e le tipologie di merci; i criteri per la redazione delle graduatorie devono essere quelli indicati dal precedente articolo 14.
5. Di tale istituzione ne viene data notizia mediante pubblicazione al sito internet del Comune e nelle altre forme ritenute opportune dallo stesso Comune per al meno 15 giorni; le istanze di partecipazione devono pervenire al Municipio almeno 60 giorni prima della data fissata, indicando gli estremi del titolo con il quale si intende partecipare e la merceologia principale trattata, la graduatoria è affissa all'albo comunale almeno 14 giorni prima della data fissata per lo svolgimento della manifestazione.
6. In ogni caso, considerata l'occasionalità dell'evento, non costituisce titolo di preferenza l'aver

partecipato alla manifestazione nelle precedenti edizioni.

Articolo 33

Attività temporanea di somministrazione di alimenti e bevande

In applicazione del D.L. 5/2012 art. 41, l'attività temporanea di somministrazione di alimenti e bevande in occasione di sagre, fiere, manifestazioni religiose, tradizionali e culturali o eventi locali straordinari, è avviata previa segnalazione certificata di inizio attività da presentare al Municipio che ha istituito la manifestazione.

TITOLO V POSTEGGI FUORI MERCATO

Articolo 34

POSTEGGI ISOLATI

Per posteggio isolato (o sparso o fuori mercato), si intende il posteggio situato in area pubblica o privata della quale il Comune abbia la disponibilità, utilizzato per l'esercizio del commercio su area pubbliche, che non ricade in un'area mercatale.

Ai posteggi sopracitati si applicano le procedure, i criteri e le modalità previsti per l'assegnazione dei posteggi nei mercati e nelle fiere di cui all'articolo 30 della Legge Regionale e dell'art. 14 c.3 del presente Regolamento.

I posteggi fuori mercato istituiti nel territorio comunale, con le relative caratteristiche dimensionali e tipologiche, l'ubicazione e il periodo di svolgimento, sono determinati dal presente piano.

Detti posteggi osserveranno gli stessi orari degli esercizi similari in sede fissa, sia in relazione alla vendita (commercio al dettaglio) sia in relazione alla somministrazione (pubblici esercizi), fermo restando la possibilità di definire una diversa specifica disciplina con provvedimento del Sindaco.

Qualora i posteggi siano individuati sui marciapiedi e l'occupazione avvenga con automezzo, gli operatori dovranno costituire apposita polizza fideiussoria a favore del Comune del valore da definire previa perizia tecnica, a garanzia dei danni, se provocati.

L'Ufficio SUAP, eventualmente con il supporto di altri Uffici e del Comando di Polizia Locale, procede al collocamento ed al dimensionamento del posteggio di cui al presente articolo, fatto salvo il rispetto delle altre norme del piano e della Legge Regionale e salvaguardando le esigenze generali in ordine alla circolazione veicolare e pedonale, di viabilità e di urbanistica.

Nell'ambito del territorio comunale di Martina Franca sono individuati i seguenti posteggi fuori mercato:

- POSTEGGI PERMANENTI** per la vendita di frutta secca, caldarroste ed olive nelle giornate festive e nelle serate del periodo estivo nelle seguenti vie e piazze:
 - Piazza XX Settembre (n. 2 posteggi);
 - Via Vittorio Emanuele (n. 1 posteggio);
 - Via Pergolesi- Chiesa del Carmine (n. 1 posteggio);
 - Corso Italia angolo Viale della libertà (n. 1 posteggio);
 - Piazzale antistante Chiesa Madonna della Sanità (n. 1 posteggio);
 - Viale della Libertà antistante la Chiesa della Santa Famiglia (n. 1 posteggio);
 - Piazza Mario Pagano (n. 1 posteggio);
- POSTEGGI PERMANENTI** per la vendita di piante e fiori durante tutto l'anno nelle seguenti Vie e piazze:
 - Piazzetta Cimitero (n. 6 posteggi);
 - Via Madonna Piccola (n. 1 posteggio);
 - Mercati Rionali giornalieri (n. 2 posteggi);
- POSTEGGI PERMANENTI**, alimentari e non alimentari, previsti nelle seguenti contrade:

- San Paolo (n. 5 posteggi);
- Specchia tarantina (n. 5 posteggi);
- Carpari (n. 5 posteggi);
- Motolese (n. 5 posteggi);
- Capitolo (n. 5 posteggi);
- Montetullio (n. 10 posteggi).

Articolo 35

AUTORIZZAZIONI TEMPORANEE

In occasione di particolari eventi culturali, religiosi e sportivi il Comune ha facoltà di individuare altri posteggi fuori mercato temporanei riguardanti la vendita dei seguenti prodotti:

- a) fiori, ceri e lumini;
- b) frutta secca e dolciumi;
- c) giocattoli, palloncini, prodotti pirici di libera vendita;
- d) abbigliamento sportivo ed accessori, bandiere, gagliardetti, sciarpe, berretti e similari in occasione di avvenimenti sportivi o canori/artistici;
- e) chincaglieria e articoli da regalo;
- f) caldarroste;
- g) articoli e prodotti inerenti le ricorrenze e le festività;
- h) libri.

L'istanza dovrà essere inviata attraverso la piattaforma telematica "impresainungiorno" 60 giorni prima del periodo richiesto, pena il rigetto della stessa, da titolari di autorizzazione per il commercio su area pubblica di tipo A o da esercenti il commercio su area pubblica in forma itinerante.

La domanda dovrà essere corredata da:

- n. 2 marche da bollo da 16,00 euro (una per l'istanza e una per l'autorizzazione);
- copia del documento d'identità;
- elaborato identificativo dell'area oggetto di occupazione;
- diritti di segreteria di 10 euro (per occupazione fino a 10 gg)/ 30 euro (per occupazione superiore ai 10 gg).

Le autorizzazioni vengono rilasciate dall'ufficio SUAP, su parere della Polizia Locale e del Servizio Patrimonio.

Il numero dei posteggi e più in generale, degli spazi da destinare all'esercizio dell'attività, così come le merceologie ammesse, sono stabiliti con Delibera di Giunta Comunale.

Articolo 36

Attività Stagionale

Si considerano attività stagionali quelle che si svolgono per un periodo di tempo, anche se frazionato, non inferiore a 60 giorni e non superiore a 240 giorni per anno solare così come previsto dalla lettera m bis dell'art. 4 della Legge 24/2015 e che sono riferite alla commercializzazione di particolari prodotti stagionali o che interessano periodi particolari legati a flussi di presenze stagionali.

L'attività stagionale è riferita alla vendita di prodotti della stagione come, per es. meloni, angurie, fichi d'india, ortofrutta del periodo interessato.

L'istanza dovrà essere inoltrata dagli esercenti il commercio su aree pubbliche all'Ufficio S.U.A.P. attraverso il portale *impresainungiorno* 60 giorni prima del periodo richiesto, pena il rigetto della stessa, allegando la seguente documentazione:

- n. 2 marche da bollo da 16,00 euro (una per l'istanza e una per l'autorizzazione);
- copia del documento d'identità;
- elaborato identificativo dell'area oggetto di occupazione;

- diritti di segreteria di 30 euro.

Il numero dei posteggi e le aree da destinare allo svolgimento dell'attività stagionale devono essere individuati con Delibera di Giunta Comunale.

Articolo 37

Mercati Contadini – Mercati della Terra

Sono ammessi protocolli d'intesa tra il Comune di Martina Franca, altri comuni e associazioni Slow Food.

I protocolli d'intesa riguardanti i mercati della terra sono accordi che hanno l'obiettivo di promuovere e sviluppare i mercati contadini. I protocolli definiscono i termini e le condizioni per la collaborazione e la realizzazione di progetti comuni, con l'obiettivo di valorizzare prodotti locali, le buone pratiche alimentari e agricole, promuovere e sostenere la biodiversità agricola.

I Mercati Contadini – Mercati della Terra sono luoghi di scambio e di vendita di prodotti agricoli di alta qualità, ottenuti in modo sostenibile e rispettoso dell'ambiente.

Detti protocolli possono prevedere il finanziamento di progetti comuni, come la realizzazione di infrastrutture, la pubblicità, l'organizzazione di eventi e l'acquisto di materiali.

La disciplina di queste manifestazioni-mercati è rimandata a quanto stabilito nei protocolli d'intesa.

TITOLO VI DISPOSIZIONI VARIE E FINALI

Articolo 38

Area privata messa a disposizione (art. 21 LR. n. 11/2001)

1. Qualora uno o più soggetti mettano a disposizione del Comune di Martina Franca un'area privata, attrezzata o meno, coperta o scoperta, per l'esercizio dell'attività di commercio su aree pubbliche, essa può essere inserita fra le aree da utilizzare per fiere e mercati.
2. Nel caso di cui al comma 1, coloro che cedono la disponibilità dell'area possono subordinare la sua utilizzazione all'ottenimento di una o più concessioni di posteggio a favore proprio od terzi a tal fine indicati, da stabilire in sede di convenzione con il Comune.
3. Il Comune di Martina Franca può accogliere la richiesta previa verifica dell'idoneità dell'area e delle altre condizioni generali di cui alle vigenti leggi e regolamenti.

Articolo 39

Gestione dei Servizi

1. Per la valorizzazione e la promozione di fiere e mercati specializzati o aventi particolare rilievo promozionale o turistico, il Comune di Martina Franca può stipulare convenzioni con aziende di promozione turistica, pro-loco, altre istituzioni pubbliche, associazioni di categoria degli operatori, comitati feste patronali, consorzi o cooperative di operatori su aree pubbliche e associazioni culturali, anche prevedenti l'affidamento di fasi organizzative e di gestione dell'iniziativa.
2. Nel caso di cui al precedente comma, resta ferma l'esclusiva competenza del Comune di Martina Franca per la ricezione delle istanze di partecipazione e la definizione delle graduatorie.

Articolo 40

Norme igienico-sanitarie

1. La vendita e la somministrazione dei generi alimentari è soggetta alla vigilanza ed al controllo dell'autorità sanitaria.

2. Si intendono integralmente richiamate, in quanto applicabili, le disposizioni di carattere igienico-sanitario stabilite, oltre che dalla Legge e Regolamenti vigenti in materia, all'ordinanza del Ministero della Sanità del 3 aprile 2002 ed alla DGR n.1077 del 4 luglio 2007 e s.m.i.
3. In particolare si rammenta che:
 - a) il Comune di Martina Franca o soggetto da esso individuato e delegato è tenuto ad assicurare nelle aree di mercato o fiera la funzionalità delle aree stesse e, per quanto di competenza, la manutenzione ordinaria e straordinaria, la pulizia, la disinfezione e disinfestazione, la raccolta e l'allontanamento dei rifiuti.
 - b) Nel rispetto di quanto previsto dalla Delibera Giunta Regionale 21/10/2008, n.1924, per gli operatori del settore alimentare l'esercizio delle attività è subordinato all'ottenimento della valida notificazione sanitaria ai competenti servizi dell'ASL.

Articolo 41

Attività propositiva, istruttoria, esecutiva e di vigilanza

1. L'attività propositiva, istruttoria ed esecutiva e di vigilanza preordinata all'esercizio delle funzioni di competenza del Comune derivanti da Leggi dello Stato e della Regione vengono espletate dal SUAP e dalla Polizia Locale secondo le rispettive competenze.

Articolo 42

Sanzioni

1. Ai sensi della Legge Regionale Puglia n. 24/2015, articolo 61, comma 3, chiunque eserciti il commercio su aree pubbliche senza la prescritta autorizzazione o altro titolo abilitativo previsto, ovvero senza i requisiti di cui all'art. 5, è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 2.500,00 Euro a 15.000,00 Euro, con la confisca delle attrezzature e della merce, e chiusura immediata dell'attività.
2. Le violazioni alle prescrizioni della legge Regionale Puglia n. 24/2015 diverse da quelle considerate nel comma 3 dell'art.61 sono punite con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 500,00 a 3.000,00 Euro.
3. Ai sensi del comma 1 dell'art. 29 del Decreto Legislativo 114/98, non fa parte delle attrezzature oggetto di confisca il veicolo utilizzato per il trasporto dei prodotti posti in vendita, anche se sosta nello stesso posteggio.
4. Nei casi in cui è previsto che si debba procedere alla vendita o distribuzione delle cose sequestrate o confiscate, esse devono essere distrutte qualora il loro valore non superi i 500 euro. Equivale alla distruzione delle cose sequestrate o confiscate, la devoluzione di esse ai fini assistenziali o di beneficenza a favore di soggetti, aventi o meno personalità giuridica, che perseguono tali fini.
5. Per l'accertamento delle sanzioni e la contestazione delle infrazioni, la notifica dei verbali, la procedura di pagamento e la riscossione coattiva, si applicano le norme di cui alle Legge 24/11/1981, n.689 e successive variazioni ed integrazioni.
6. Le competenze in materia di violazione alle norme sul commercio su aree pubbliche sono del Comune. Spettano altresì al Comune i proventi derivanti dai pagamenti delle relative sanzioni.

Articolo 43

Norma finale

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento nazionale, regionale, e comunale in materia.
2. Il presente Regolamento sostituisce il precedente e/o provvedimenti comunali in contrasto con il corrente.



**Comunedimartinafranca Provincia
di Taranto**

IL PIANO DI LOCALIZZAZIONE DELLE RIVENDITE DI QUOTIDIANI E RIVISTE

ai sensi del Decreto Legislativo 24 aprile 2001 n. 170 *“Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica”* e le successive modificazioni introdotte dalla Legge 96 del 21 giugno 2017, nonché ai sensi della Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12, articolo 64, comma 9 bis

Capitolo 9

Il Piano Comunale di localizzazione dei punti di vendita di stampa quotidiana e periodica

1 Il Decreto Legislativo n. 170/2001 e le successive modificazioni introdotte dalla Legge 96 del 21 giugno 2017

Il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica è stato riordinato con il D.Lgs. n. 170 del 24 aprile 2001 “Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica”.

Recentemente, la Legge 21 giugno 2017 n. 96 di conversione del decreto legge 24 aprile 2017, n.

50 ha modificato significativamente le precedenti disposizioni legislative, disponendo l’abrogazione dei seguenti articoli e commi del D.Lgs. 170/2001:

- articolo 1, comma 2; articolo 2, commi 2, 4, 5 e 6; articolo 4, comma 1; articolo 6, nonché la modifica dei seguenti articoli e commi:
- articolo 1, comma 1;
- introduzione dell’art. 4-bis (Apertura di nuovi punti vendita), che rimandando all’art. 19 della Legge 7 agosto 1990, n. 241, sancisce la possibilità di apertura di nuovi punti vendita a mezzo di Segnalazione Certificata di Inizio Attività – SCIA;
- inserimento all’articolo 5 dei commi 4, 5, 6, 7 e 8;
- introduzione dell’art. 5 bis (Nuove opportunità imprenditoriali e commerciali per punti vendita esclusivi);
- introduzione del comma 1-bis all’articolo 9

La L.R. 24/2015, così come modificata dalla L.R. 12/2018, all’art. 64, comma 9 bis ha sancito la cessazione di efficacia delle norme del titolo III del Codice del Commercio che risultano incompatibili con la legge statale.

In ragione di ciò, la Legge 96/2017 dà luogo al seguente nuovo testo coordinato in materia di riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica di seguito illustrato:

Art. 1 Ambito di applicazione e definizioni

1. Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio nazionale, in punti vendita:

- a) esclusivi, che sono tenuti alla vendita generale di quotidiani e di periodici;
- b) non esclusivi, che possono vendere, alle condizioni stabilite dal presente decreto, quotidiani o periodici in aggiunta ad altre merci.

Art. 2 Definizione del sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica

1. Il sistema di vendita della stampa quotidiana e periodica si articola, su tutto il territorio nazionale, in punti vendita esclusivi e non esclusivi.

2. Possono essere autorizzate all’esercizio di un punto vendita non esclusivo:

- a) le vendite di generi di monopolio;
- b) le vendite di carburanti e di oli minerali con i limiti minimi di superficie e di metri quadrati 1.500;
- c) i bar, inclusi gli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell’interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime, ed esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie;
- d) le strutture di vendita come definite dall’articolo 4, comma 1, lettere e), f) e g), del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, con un limite minimo di superficie di vendita pari a metri quadrati 700;
- e) gli esercizi adibiti prevalentemente alla vendita di libri e prodotti equiparati, con un limite minimo di superficie di metri quadrati 120;
- f) gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita delle riviste di identica specializzazione.

Art.3Esenzionedall'autorizzazione

1. Nonènecessariaalcuna autorizzazione:

- a) per la vendita nelle sedi dei partiti, enti, chiese, comunità religiose, sindacati, associazioni, di pertinenti pubblicazioni specializzate;
- b) per la vendita ambulante di quotidiani di partito, sindacali e religiosi, che ricorrano all'opera di volontari a scopo di propaganda politica, sindacale o religiosa;
- c) per la vendita nelle sedi delle società editrici e delle loro redazioni distaccate, dei giornali da esse editi;
- d) per la vendita di pubblicazioni specializzate non distribuite nelle edicole;
- e) per la consegna porta a porta e per la vendita ambulante da parte degli editori, distributori ed edicolanti;
- f) per la vendita in alberghi e pensioni quando essa costituisce un servizio ai clienti;
- g) per la vendita effettuata all'interno di strutture pubbliche o private rivolte unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Art.4 Paritàdi trattamento

1. I punti vendita non esclusivi assicurano parità di trattamento nell'ambito della tipologia di quotidiani e periodici dagli stessi prescelta per la vendita.

Art.4-bis(Apertura di nuovi punti vendita)

1. L'apertura di nuovi punti vendita, esclusivi e non esclusivi, anche a carattere stagionale, è soggetta alle disposizioni dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241.
2. I comuni possono individuare le zone nelle quali, tenuto conto del numero dei punti vendita già esistenti in relazione al bacino d'utenza, della domanda, anche stagionale, delle esigenze di sostenibilità ambientale e di viabilità nonché di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale, l'apertura di nuovi punti vendita è regolamentata sulla base delle disposizioni delle regioni e delle province autonome di Trento e di Bolzano vigenti in materia e dei criteri adottati con le modalità di cui al comma 3.
3. Con intesa in sede di Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del Decreto Legislativo 28 agosto 1997, n. 281, sono definiti i criteri e i parametri qualitativi per l'apertura dei nuovi punti vendita, affinché sia garantita, a salvaguardia dei motivi imperativi di interesse generale connessi alla promozione dell'informazione e del pluralismo informativo, una presenza capillare ed equilibrata dei punti vendita sul territorio nazionale, anche nelle aree periferiche, tale da soddisfare la domanda del bacino di utenza e tenuto conto anche delle esigenze stagionali. Le intese raggiunte in sede di Conferenza unificata sono recepite con decreto del Ministro dello sviluppo economico.
4. Con intesa in sede di Conferenza unificata sono individuati, nel rispetto dei principi stabiliti dalla legislazione statale in materia di concorrenza, criteri omogenei per la liberalizzazione degli orari e dei periodi di chiusura dei punti vendita, la rimozione degli ostacoli che limitano la possibilità, per i punti vendita esclusivi, di ampliare le categorie merceologiche e i servizi offerti al pubblico, nonché la possibilità di svolgere l'intermediazione di servizi a valore aggiunto a favore delle amministrazioni territoriali, delle aziende sanitarie locali, delle aziende di trasporto pubblico e delle aziende di promozione turistica, fermi restando gli eventuali vincoli autorizzatori previsti, per tali attività e servizi ulteriori, dalla normativa vigente».

Art.5 Modalità di vendita

1. La vendita della stampa quotidiana e periodica è effettuata nel rispetto delle seguenti modalità:

- a) il prezzo di vendita della stampa quotidiana e periodica stabilito dal produttore non può subire variazioni in relazione ai punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la rivendita;

- b) le condizioni economiche e le modalità commerciali di cessione delle pubblicazioni, comprensive di ogni forma di compenso riconosciuta ai rivenditori, devono essere identiche per le diverse tipologie di esercizi, esclusivi e non esclusivi, che effettuano la vendita;
- c) i punti di vendita, esclusivi e non esclusivi, devono prevedere un adeguato spazio espositivo per le testate poste in vendita;
- d) è comunemente vietata l'esposizione al pubblico di giornali, riviste e materiale pornografico.
- d-bis) gli edicolanti possono vendere presso la propria sede qualunque altro prodotto secondo la vigente normativa;
- d-ter) gli edicolanti possono praticare sconti sulla merce venduta e defalcare il valore del materiale fornito in conto vendita e restituito, nel rispetto del periodo di permanenza in vendita stabilito dall'editore, a compensazione delle successive anticipazioni al distributore;
- d-quater) fermi restando gli obblighi previsti per gli edicolanti a garanzia del pluralismo informativo, la ingiustificata mancata fornitura, ovvero la fornitura ingiustificata per eccesso o difetto, rispetto alla domanda da parte del distributore costituiscono casi di pratica commerciale sleale ai fini dell'applicazione delle vigenti disposizioni in materia;
- d-quinques) le clausole contrattuali tra distributori ed edicolanti, contrarie alle disposizioni del presente articolo sono nulle per contrasto con la norma imperativa di legge e non viciano il contratto cui accedono.
- d-sexies) le imprese di distribuzione territoriale dei prodotti editoriali garantiscono a tutti i rivenditori l'accesso alle forniture a parità di condizioni economiche e commerciali; la fornitura non può essere condizionata a servizi, costi o prestazioni aggiuntive a carico del rivenditore;
- d-septies) le imprese di distribuzione territoriale assicurano ai punti vendita forniture di quotidiani e di periodici adeguate, per tipologia e per quantitativi, a soddisfare le esigenze dell'utenza del territorio; le pubblicazioni fornite in eccesso rispetto alle esigenze dell'utenza del territorio o quelle che non sono oggetto della parità di trattamento possono essere rifiutate ovvero restituite anticipatamente dagli edicolanti senza alcuna limitazione temporale

Art.6 Stampa estera

1. Il presente decreto legislativo si applica anche alla stampa estera posta in vendita in Italia.

Art.7 Monitoraggio del mercato editoriale

1. La Presidenza del Consiglio dei Ministri, senza oneri aggiuntivi a carico del bilancio dello Stato, assicura il monitoraggio della rete di vendita dei giornali quotidiani e periodici per l'espansione del mercato editoriale. A tale fine, con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, è individuata la struttura preposta a detto monitoraggio, con la partecipazione dei soggetti del comparto distributivo editoriale e delle regioni di volta in volta interessate.

Art.8 Norme finali

1. Per quanto non previsto dal presente decreto si applica il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

1-bis. Le violazioni delle disposizioni del presente decreto sono sanzionate ai sensi dell'articolo 22 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114

2 II Regolamento di disciplina dei punti vendita di quotidiani e periodici Art. 1

– Ambito di applicazione

Le presenti norme direttive costituiscono i criteri per l'apertura dei punti vendita di quotidiani e periodici ai sensi del combinato disposto del D.Lgs. 170/2001 e delle modificazioni intervenute con Legge 21 giugno 2017 n. 96.

L'esercizio dell'attività di rivendita di quotidiani e periodici è disciplinato, oltre che dalle disposizioni di legge e dai presenti criteri, anche dai regolamenti comunali vigenti e dalle disposizioni regionali.

Art.2–Autorizzazione amministrativa

1. L'attività di vendita di quotidiani e periodici esercitata sia all'interno di immobili che in chioschi

collocati su suolo pubblico o privato, è soggetta a Segnalazione Certificata di Inizio Attività, ai sensi dell'art. 4-bis del D.Lgs. 170/2001, così come modificato dalla Legge 21 giugno 2017 n. 96, nei casi di nuova apertura e trasferimento in zone diverse. I richiedenti devono essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5, comma 2, del D.Lgs. 114/1998.

2. La vendita di pastigliacci nelle rivendite di quotidiani e periodici è consentita anche senza il possesso dei requisiti di cui all'articolo 71, comma 6, del D.Lgs. 59/2010. In allegato alle istanze, SCIA e comunicazioni inerenti la vendita dei prodotti del settore alimentare, è trasmessa al SUAP anche la notifica sanitaria, compilando l'apposito modulo che è trasmesso all'azienda sanitaria locale a cura del SUAP. In ogni caso non sono richieste asseverazioni.

Art.3–Concessione di occupazione su suolo pubblico per chioschi

L'Amministrazione Comunale procederà a indire bando pubblico per integrare la dotazione di punti vendita di quotidiani e periodici, secondo i criteri di cui alla Delibera Giunta Regionale Puglia n.762 del 25.05.2016, di recepimento delle procedure contenute nel Documento Unitario delle Regioni e Province autonome del 16/07/2015, nonché del Documento Unitario delle Regioni e Province autonome del 03/08/2016 che fornisce ai Comuni le Linee Guida in materia di assegnazione delle aree pubbliche per lo svolgimento delle predette attività.

Art.4 Trasferimento di sede del punto vendita

Il trasferimento di sede di un punto vendita all'interno del territorio comunale è soggetto a preventiva comunicazione al Comune.

Il trasferimento deve essere compiuto nel rispetto delle disposizioni delle presentinorme.

Per gli esercizi esistenti al momento dell'approvazione del Piano, è sempre consentito il trasferimento in zone prive di rivendita (esclusive e non).

Art.5–Ampliamento del punto di vendita

L'ampliamento della superficie di vendita è soggetto a preventiva segnalazione SCIA al Comune.

Art.6–Distributori automatici

Le rivendite di quotidiani e periodici a mezzo distributori automatici sono soggette a specifica SCIA se collocate all'interno del punto vendita o nelle sue immediate adiacenze, purché gestite dal titolare della rivendita stessa.

Art.7– Norma finale

Per quanto non disciplinato dai presenti criteri, si applicano le norme previste dal D.Lgs. 114/98 per quanto applicabili.



**Comunedimartinafranca Provincia
di Taranto**

ILREGOLAMENTODIDISCIPLINADELL A RETE DISTRIBUTIVA DEI CARBURANTI

RedattoaisensidellaLeggeRegionePuglia16.04.2015n.24“CodicedelCommercio”, come
modificata dalla Legge Regionale 9 aprile 2018 n. 12,
nonchédelRegolamentoRegionale28marzo2019n.11

Capitolo 10

II Regolamento di disciplina della rete distributiva dei carburanti

TITOLO I PRINCIPI GENERALI

Art. 1 Oggetto e finalità

1. Oggetto del presente Regolamento è l'applicazione di quanto previsto dall'articolo 3, comma 1, lettera i) della Legge Regionale 16 aprile 2015, n. 24, "Codice del Commercio" modificata dalla legge regionale 9 aprile 2018, n. 12, d'ora innanzi, per brevità, citata nel testo come "legge", nonché del Regolamento Regionale 28 marzo 2019 n. 11 "L.R. 16 aprile 2015, n. 24 "Codice del commercio", articolo 3, comma 1, lettera i): requisiti e procedure per l'installazione e l'esercizio degli impianti di distribuzione dei carburanti sulla rete stradale ordinaria, autostradale e raccordi autostradali".
2. Il presente Regolamento detta, altresì, disposizioni attuative con riferimento al Titolo VI della legge per gli impianti di distribuzione dei carburanti sulla rete stradale ordinaria, impianti autostradali, a uso privato, marini e di pubblica utilità.

Art. 2 Riferimenti normativi

1. Il presente Regolamento è approvato nel rispetto di quanto disposto da:
 - Decreto Legislativo 11 febbraio 1998, n. 32 "Razionalizzazione del sistema di distribuzione dei carburanti, a norma dell'art. 4, comma 4, lettera c), della legge 15 marzo 1997, n. 59";
 - Decreto Legislativo 8 settembre 1999 n. 346 "Modifiche ed integrazioni al Decreto Legislativo 11 febbraio 1998, n. 32 concernente razionalizzazione del sistema di distribuzione dei carburanti, a norma dell'art. 4, comma 4, lettera c), della legge 15 marzo 1997, n. 59"; decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 112 "Conferimento di funzioni e compiti amministrativi dello Stato alle regioni ed agli enti locali, in attuazione del capo I della legge 15 marzo 1997, n. 59";
 - Decreto Presidente della Repubblica del 27 ottobre 1971, n. 1269 "Norme per l'esecuzione dell'art. 16 del decreto-legge 26 ottobre 1970, n. 745, convertito in legge, con modificazioni, con la legge 18 dicembre 1970, n. 1034, riguardante la disciplina dei distributori di carburanti per autotrazione";
 - Legge 4 agosto 2017, n. 124 "Legge annuale per il mercato e la concorrenza";
 - Decreto Ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444 "Limiti inderogabili di densità edilizia, di altezza, di distanza fra i fabbricati e rapporti massimi tra gli spazi destinati agli insediamenti residenziali e produttivi e spazi pubblici o riservati alle attività collettive, al verde pubblico o a parcheggi, da osservare ai fini della formazione dei nuovi strumenti urbanistici o della revisione di quelli esistenti, ai sensi dell'art. 17 della legge n. 765 del 1967";
 - Decreto Legislativo 30 aprile 1992, n. 285 "Nuovo codice della strada" nel testo, per brevità citato come "Codice della Strada";
 - Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495 "Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada";
 - Decreto del Presidente della Repubblica del 28 dicembre 2000, n. 445 "Disposizioni legislative in materia di documentazione amministrativa";
 - Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 "Codice del consumo";
 - Decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 160 "Regolamento per la semplificazione ed il riordino della disciplina sullo sportello unico per le attività produttive, ai sensi dell'articolo 38, comma 3, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133";

- Decreto Legge 25 giugno 2008 n. 112, convertito con la legge 6 agosto 2008, n. 133 “Disposizioni urgenti per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività, la stabilizzazione della finanza pubblica e la perequazione tributaria”;
- Decreto Legge 6 luglio 2011, n. 98, convertito con la legge n. 111 del 15 luglio 2011 “Disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria”;
- Decreto Legge 24 gennaio 2012, n. 1, convertito con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27 “Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività”;
- Decreto del Presidente della Repubblica 1° Agosto 2011, n. 151 “Regolamento recante semplificazione della disciplina dei procedimenti relativi alla prevenzione degli incendi, a norma dell’articolo 49, comma 4-quater, del decreto-legge 31 maggio 2010, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla legge 30 luglio 2010, n. 122”;
- Decreto Ministero dell’Interno 7 Agosto 2012 “Disposizioni relative alle modalità di presentazione delle istanze concernenti i procedimenti di prevenzione incendi e alla documentazione da allegare, ai sensi dell’articolo 2, comma 7, del decreto del Presidente della Repubblica 1° agosto 2011, n. 151”;
- Decreto del Ministro allo Sviluppo Economico del 17 gennaio 2013 “Modalità attuative delle disposizioni in materia di pubblicità dei prezzi praticati dai distributori di carburanti per autotrazione, di cui all’articolo 15, comma 5, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e di cui all’articolo 19 del decreto-legge 24 gennaio 2012, n. 1, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27”;
- Decreto Legislativo n. 257 del 16 dicembre 2016 “Disciplina di attuazione della direttiva 2014/94/ UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2014, sulla realizzazione di una infrastruttura per i combustibili alternativi”;
- Legge Regionale n. 18 del 10.4.2015 “Interventi per favorire la pari opportunità mediante facilitazioni all’utilizzo da parte dei cittadini con disabilità, del sistema self-service presso i distributori di carburanti”;
- Legge Regionale n. 42 del 3.11.2017 “Delega ai comuni delle funzioni amministrative in materia di bonifica degli impianti di distribuzione carburanti”.

Il presente Regolamento tiene altresì conto di quanto previsto da:

- Linee Guida per il recepimento dell’art. 18 del Decreto Legislativo n. 257 del 16 dicembre 2016 recante “Disciplina di attuazione della direttiva 2014/94/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 22/10/2014 sulla realizzazione di una infrastruttura per i combustibili alternativi” emanate dalla Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome in data 6 aprile 2017, n. 17/35/CR8d/ C11, finalizzate all’adozione di provvedimenti regionali omogenei su tutto il territorio nazionale in applicazione del D.Lgs. n. 257/2016;
- Accordo in Conferenza Unificata del 08 marzo 2018 ai sensi degli articoli 4 e 9 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, per l’attuazione dell’articolo 1, commi 98-119 della legge 4 agosto 2017, n. 124, “Legge annuale per il mercato e la concorrenza in materia di carburanti”.

Art.3 Classificazione e anagrafe degli impianti

1. Gli impianti di distribuzione dei carburanti per autotrazione sono classificati nelle seguenti tipologie:

- a) impianto generico con attività non oil: impianto costituito da uno o più distributori a semplice, doppia o multipla erogazione di carburanti con relativi serbatoi e dalle attività accessorie non oil al servizio degli utenti, da locali destinati agli addetti e con apparecchiature per le modalità di rifornimento sia con assistenza e pagamento posticipato che senza assistenza con pagamento anticipato;

- b) impianto generico senza attività non oil: impianto costituito da uno o più distributori a semplice, a doppia o multipla erogazione di carburante con relativi serbatoi, che dispone di un locale destinato agli addetti e all'esposizione di lubrificanti o altri prodotti per i veicoli e di apparecchiature per le modalità di rifornimento sia con assistenza e pagamento posticipato che senza assistenza con pagamento anticipato;
 - c) impianto senza gestore: impianto costituito da uno o più distributori a semplice, doppia o multipla erogazione di carburante con relativi serbatoi e di apparecchiature per la modalità di rifornimento senza assistenza con pagamento anticipato.
2. I nuovi impianti appartenenti alla tipologia di cui alle lettere a) e b) del comma 1 devono essere provvisti di servizi igienico-sanitari anche per gli utenti diversamente abili.
 3. Gli impianti esistenti, appartenenti alla tipologia di cui alla lettera a) del comma 1, sprovvisti di servizi igienico-sanitari anche per gli utenti diversamente abili, devono adeguarsi al comma 2, entro un anno dall'entrata in vigore del presente regolamento.
 4. L'art. 1, commi 100 e 101, della legge n. 124/2017 ha introdotto l'anagrafe degli impianti di distribuzione di benzina, gasolio, GPL e metano della rete stradale prevedendo l'obbligo di iscrizione da parte dei titolari degli impianti entro il 24 agosto 2018.
 5. Fermo restando il termine del comma 4, i titolari degli impianti implementano l'anagrafe per consentirne la dinamicità anche successivamente a tale data. L'aggiornamento riguarda i seguenti casi:
 - a) Apertura nuovi impianti;
 - b) Trasferimento della titolarità dell'autorizzazione di cui all'art. 6, comma 4, della legge;
 - c) Sospensione dell'attività di cui al comma 1, dell'art. 62 della legge;
 - d) Dismissione.
 6. La verifica dell'aggiornamento dell'anagrafe degli impianti è demandato all'Ufficio delle Dogane prima del rilascio al gestore dell'impianto del registro di carico e scarico per i casi di cui alla lettera a), nonché al comune per i casi di cui alle lettere b), c) e d) del comma 5.

TITOLO II INCOMPATIBILITÀ VERIFICHE CHE

Art. 4 Verifiche comunali

1. Il Comune di Martina Franca effettua le verifiche al fine dell'accertamento delle incompatibilità degli impianti esistenti sulla base delle fattispecie di cui al successivo art. 5. Tale adempimento soddisfa quanto previsto dall'art. 1, comma 5, del D.Lgs. n. 32/98, così come modificato dall'art. 3, comma 1, del D.Lgs. n. 346/99.
2. Sono fatti salvi i provvedimenti comunali riguardanti la dichiarazione di compatibilità degli impianti determinata a seguito di verifiche già effettuate ai sensi dell'art. 1, comma 5 del D.Lgs. n. 11.2.1998 n. 32, così come modificato dall'art. 3, comma 1 del D.Lgs. n. 346/1999.
3. Il Comune di Martina Franca entro quindici anni dall'autorizzazione o dalla precedente verifica accerta presso gli Enti ed Uffici preposti l'idoneità tecnica degli impianti, previsto dall'art. 44, comma 3 della legge, ai fini della sicurezza sanitaria ed ambientale.

Art. 5

Incompatibilità. Definizioni

1. Sono considerati incompatibili gli impianti ubicati all'interno del centro abitato, delimitato dal Comune di Martina Franca ai sensi dell'articolo 4 del Codice della Strada, in relazione agli aspetti di sicurezza della circolazione stradale, nei seguenti casi:

- a) impianti privi di sede propria per i quali il rifornimento, tanto all'utenza quanto all'impianto stesso, avviene sulla carreggiata, come definita all'articolo 3, comma 1, numero 7), del Codice della Strada;
 - b) impianti situati all'interno di aree pedonali, ai sensi dell'articolo 3, comma 1, numero 2), del Codice della Strada.
2. Sono considerati incompatibili gli impianti ubicati all'esterno del centro abitato, delimitato dal Comune di Martina Franca ai sensi dell'articolo 4 del codice della strada, in relazione agli aspetti di sicurezza della circolazione stradale, nei seguenti casi:
 - a) impianti ricadenti in corrispondenza di biforcazioni di strade di uso pubblico (incroci ad Y) e ubicati sulla cuspidi degli stessi, con accessi su più strade pubbliche;
 - b) impianti ricadenti all'interno di curve aventi raggio minore o uguale a metri cento, salvo si tratti di unico impianto in comuni montani;
 - c) impianti privi di sede propria per i quali il rifornimento, tanto all'utenza quanto all'impianto stesso, avviene sulla carreggiata, come definita all'articolo 3, comma 1, numero 7), del codice della strada.
 3. Sono considerati incompatibili gli impianti ubicati all'interno o fuori dal centro abitato situati in zone pedonali e/o a traffico limitato in modo permanente, quelli collocati in aree che contrastano con le normative per la tutela ambientale, paesaggistica e monumentale e quelli che nello svolgimento della propria attività provocano intralcio al traffico veicolare e pedonale.
 4. Gli impianti che ricadono in una delle fattispecie di cui ai precedenti commi, per i quali i titolari non si impegnano a procedere al completo adeguamento, cessano l'attività entro nove mesi dall'accertamento del Comune di Martina Franca. Il titolare dell'impianto provvede allo smantellamento e, contestualmente, il Comune di Martina Franca dichiara la decadenza del titolo autorizzativo dandone comunicazione al Ministero dello sviluppo economico ai fini dell'aggiornamento dell'anagrafe degli impianti, alla Regione ed all'ufficio delle Dogane.

TITOLO III ZONE SUPERFICIE AREE SVANTAGGIATE

Art. 6

Zona territoriale omogenea e al livello comunale

1. Ai fini della localizzazione degli impianti, con riferimento al d. m. n. 1444/1968, il territorio comunale è ripartito in 4 zone omogenee, così definite:

Zona 1. Centri storici: le parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono interesse storico, artistico e di particolare pregio ambientale, (zona A);

Zona 2. Zone residenziali: le parti del territorio parzialmente o totalmente edificate diverse dai centri storici e destinate prevalentemente alla residenza, (zone B e C)

Zona 3. Zone per insediamenti produttivi (industriali-artigianali e per servizi commerciali di vario tipo): le parti del territorio destinate a nuovi o preesistenti insediamenti per impianti industriali o ad essi assimilati e le parti del territorio destinate ad attrezzature ed impianti di interesse generale, (zone D ed F);

Zona 4. Zona agricola: le parti del territorio destinate ad attività agricole, (zona E).

Art. 7

Superficie dell'area di localizzazione dell'impianto

1. In relazione alla qualità del servizio da prestare e alle classificazioni di cui all'articolo 3, ogni nuovo impianto di distribuzione dei carburanti per autotrazione deve disporre di superfici di insediamento che comprendano i percorsi di ingresso e di uscita dell'impianto stesso idonee ad assicurare il rispetto delle norme di sicurezza stradale, delle disposizioni a tutela dell'ambiente, della salute e incolumità degli utenti anche diversamente abili, della sicurezza antincendio e delle norme di carattere urbanistico e paesaggistico. Tali superfici devono inoltre garantire adeguati

spazi di parcheggio correlati sia all'eventuale sosta degli autoveicoli che all'utilizzo delle attività integrative, ove presenti, ed in ogni caso dello spazio di parcheggi funzionali all'utilizzo dei servizi igienici.

2. L'area di rifornimento dei nuovi impianti deve essere dotata di idonee pensiline di copertura della zona di rifornimento, eventualmente ricoperta con sistemi per l'efficienza energetica dell'impianto, all'utilizzo delle fonti rinnovabili e sistemi di sicurezza pubblica (videosorveglianza), nonché di locali necessari al ricovero del gestore.

TITOLO IV DISPOSIZIONI GENERALI

Art.8

Ubicazione degli impianti nel territorio comunale

1. Le aree per la realizzazione di nuovi impianti di distribuzione dei carburanti per autotrazione devono essere conformi a quanto previsto dal presente Regolamento e ubicate nelle zone omogenee. Qualora l'area sia ricompresa in più zone omogenee, si applica la normativa della zona nella quale si trova la superficie maggiore.
2. Nelle aree fuori dal perimetro dei centri abitati, lungo le strade statali e provinciali, o nella fascia di rispetto stradale è individuata ai sensi del Codice della Strada, le strutture relative ai nuovi impianti e quelli esistenti che avviano progetti di adeguamento devono rispettare i distacchi previsti.
3. Il Comune di Martina Franca può riservare aree pubbliche all'installazione degli impianti stabilendo i criteri per la loro assegnazione cui si provvede previa pubblicazione di bandi di gara secondo modalità che garantiscano la partecipazione di tutti gli interessati.
4. Per la individuazione del centro abitato si fa riferimento a quanto disposto dal Codice della Strada, art. 3, punto 8, e dal DPR n. 495/1992.

Art.9

Indici di edificabilità, corsie, parcheggi

1. La pensilina occorrente alla copertura della zona di distribuzione dei carburanti ed i volumi tecnici necessari all'attività non devono essere considerati superfici coperte e volumi edificabili. Le dimensioni delle strutture dell'impianto non devono superare per singola tipologia i seguenti parametri:
 - a) Impianto generico con attività non oil: le strutture devono essere realizzate nel rispetto degli indici di edificabilità stabiliti dal Comune di Martina Franca nelle proprie previsioni urbanistiche per le zone e sottozone B, C, D ed F, all'interno delle quali ricadono e, comunque, avere un rapporto di copertura non superiore al 10% dell'area di pertinenza. Nella zona E, così come nelle zone precedentemente indicate aventi indice di fabbricabilità inferiore a 0,5 mc./mq., le strutture non possono superare l'indice di fabbricabilità di 0,5 mc./mq., un rapporto di copertura non superiore al 10% e, comunque, la superficie massima consentita per le attività integrative commerciali per ogni impianto non può essere superiore a quella prevista per un esercizio di vicinato di cui all'art. 16, comma 5, lett. a) della legge, comprensiva di tutte le attività accessorie di cui l'impianto può dotarsi;
 - b) Impianto generico senza attività non oil: tali strutture non devono superare gli indici di edificabilità stabilite per le zone all'interno delle quali ricadono e comunque devono avere un rapporto di copertura non superiore al 10% dell'area di pertinenza;
2. La localizzazione degli impianti di carburanti nelle zone omogenee agricole E costituisce un numero adeguamento degli strumenti urbanistici del piano regolatore generale non sottoposte a particolari vincoli paesaggistici, ambientali ovvero monumentali e non comprese nelle zone

territoriali omogenee A, previa dotazione da parte del Comune di Martina Franca del piano strategico previsto dall'art. 12, comma 1, della legge, contenente le direttive e gli indirizzi per il funzionamento dell'attività di distribuzione di carburanti.

Art.10

Tipologienuoviimpianti

1. I nuovi impianti, come previsto dall'art. 45, comma 1 della legge, devono essere dotati di infrastrutture di ricarica elettrica di potenza elevata almeno veloce, nonché di rifornimento di GNC (gas naturale compresso) o GNL (gas naturale liquido), anche in esclusiva modalità self service, fatta salva la sussistenza delle impossibilità tecniche o oneri economici eccessivi individuati dall'art. 11.
2. I nuovi impianti da realizzarsi lungo le strade extraurbane principali ed extraurbane secondarie a quattro corsie, due per senso di marcia, devono realizzare impianti igienico sanitari destinati ad accogliere i residui organici e le acque chiare e luride raccolte negli impianti interni delle "autocaravan", con le caratteristiche di cui all'art. 378 del DPR n. 495/1992.
3. Le pensiline di copertura degli impianti possono essere dotate di sistemi idonei all'efficienza energetica e all'utilizzo delle fonti rinnovabili.
4. E' consentita l'apertura di nuovi impianti mono prodotto che erogano gas naturale, compreso il biometano, sia in forma compressa GNC, che in forma liquida GNL, nonché di infrastrutture di ricarica elettrica di potenza elevata almeno veloce.

Art.11

Incompatibilitàtecnicheperl'installazionediGNCeGNL

1. Al fine dell'applicazione dell'art. 10, comma 1, ed in coerenza con le Linee guida del 6/4/2017, n. 17/35/CR8d/C11, sono individuate le seguenti impossibilità tecniche e oneri economici eccessivi e non proporzionali all'obbligo:
 - a) per il GNL e per il GNC: la presenza di accessi e spazi insufficienti per motivi di sicurezza ai sensi della normativa antincendio, limitatamente agli impianti già autorizzati alla data in vigore del D. Lgs. 257/2016;
 - b) per il GNC: lunghezza delle tubazioni per l'allacciamento superiore a 1000 metri tra la rete del gas naturale e il punto di stoccaggio del GNC e pressione della rete del gas naturale inferiore a 3 bar;
 - c) per il GNL: distanza dal più vicino deposito di approvvigionamento via terra superiore a 1000 chilometri.
2. Le cause di incompatibilità tecnica per l'installazione del GNC o GNL sono verificate disgiuntamente, in quanto il verificarsi delle condizioni di esonero per l'uno non comporta automaticamente l'esonero dell'obbligo dell'altro.
3. La misurazione delle distanze per il GNC e GNL sono così stabilite:
 - a) la misurazione della lunghezza della tubazione per l'allacciamento del GNC va effettuata sulla condotta più vicina e tenendo conto dell'effettivo percorso più breve della tubazione. Inoltre il punto di partenza dal distributore stradale per la misurazione della lunghezza della tubazione va individuato in via prioritaria dal punto di stoccaggio del GNC presso il distributore o, in assenza, dal punto di riconsegna (cabina di misura) posizionato sul punto vendita;
 - b) la misurazione della lunghezza della tubazione del GNC è effettuata con riferimento al percorso più breve tenendo conto sia della distanza lineare tra il distributore stradale e il punto di allacciamento del GNC che della esistenza di comprovate limitazioni che obbligano ad allungare la percorrenza della tubazione.
 - c) la misurazione della distanza chilometrica dal più vicino deposito di approvvigionamento del GNL va calcolata tenendo conto del percorso stradale più breve sulla viabilità pubblica di scorrimento ai sensi del codice della strada.
4. L'installazione di un nuovo impianto o la ristrutturazione totale di un impianto esistente che

presenta condizione di impossibilità tecnica per l'installazione di GNC e GNL, di cui al comma 1, deve essere fatta valere con apposita richiesta da parte del titolare dell'impianto. Tale condizione viene verificata e certificata dal Comune di Martina Franca.

Art.12

Attività integrative

1. Al fine di incrementare la concorrenzialità, l'efficienza del mercato e la qualità dei servizi nel settore della distribuzione dei carburanti, i nuovi impianti, nonché quelli esistenti ristrutturati, possono essere dotati, oltre che di autonomi servizi all'automobile ed all'automobilista, anche di autonome attività commerciali integrative così come indicate all'art. 45, comma 3, della legge.
2. Le attività commerciali integrative sugli impianti sono conseguite nelle forme previste dalla normativa vigente, sono strettamente connesse all'impianto di distribuzione carburanti e decadono qualora l'impianto chiuda per qualsiasi motivo.
3. Le attività integrative sono esercitate dai soggetti titolari della licenza di esercizio dell'impianto rilasciata dall'Ufficio delle Dogane, salvo rinuncia dell'esercizio medesimo da parte del titolare della licenza che può consentire a terzi lo svolgimento delle predette attività.

Art.13

Salvaguardia degli impianti nelle aree svantaggiate e carenti di servizio

1. Al fine di salvaguardare il servizio di distribuzione dei carburanti nelle aree svantaggiate e carenti di servizio di cui all'art. 51 della legge è consentita la prosecuzione dell'attività prevista, anche in proprio da parte dell'amministrazione comunale, qualora non vi siano altre richieste.

TITOLO V

PROCEDURE PER L'INSTALLAZIONE DEGLI IMPIANTI

Art.14

Autorizzazione per nuovi impianti

1. Il Comune di Martina Franca rilascia le autorizzazioni per l'installazione e l'esercizio di nuovi impianti nel rispetto delle normative in materia urbanistica, di tutela ambientale, di sicurezza stradale, sanitaria, antincendio, del lavoro e di tutela dei beni storici e artistici.
2. La domanda di autorizzazione redatta ai sensi del D.P.R. n.445/2000 e successive modificazioni ed integrazioni è presentata al SUAP del Comune di Martina Franca ai fini del rilascio del PAU (Provvedimento Autorizzativo Unico), comprensivo del titolo edilizio e deve contenere:
 - a) le generalità, il domicilio ed il codice fiscale del richiedente o, nel caso di Società del legalerappresentante, unitamente ai dati di cui all'art. 2250, commi 1 e 2 del Codice Civile;
 - b) la località in cui si intende installare l'impianto;
 - c) la disponibilità dell'area sulla quale intendere realizzare l'impianto;
 - d) tutta la documentazione tecnica occorrente all'istruttoria della pratica presso gli Enti ed Uffici coinvolti nel procedimento amministrativo, con elaborati grafici e relazione tecnica riportanti una dettagliata composizione dell'impianto;
 - e) Istanza di AUA (Autorizzazione Unica Ambientale) qualora sull'impianto sia realizzato il lavaggio auto e comunque ove prevista.
3. Il SUAP verifica:
 - a) la conformità della documentazione alle disposizioni dello strumento urbanistico vigente, alle prescrizioni fiscali, a quelle concernenti la prevenzione incendi (in applicazione del Decreto Presidente Repubblica n. 151/2011 e Decreto Ministeriale del 7 Agosto 2012), ambientale e stradale, alla tutela dei beni ambientali, storici ed artistici, nonché al rispetto delle norme previste dal presente regolamento;
 - b) il rispetto delle caratteristiche delle aree individuate dal comune ai sensi dell'art. 2 del decreto legislativo n. 32/98, nonché del presente regolamento.

4. Il SUAP rilascia il PAU entro il termine di novanta giorni previsto dall'art. 44, comma 1, della legge. Qualora ravvisi la necessità di acquisire altra eventuale diversa documentazione ad integrazione della domanda, ne dà tempestiva comunicazione al richiedente, con invito a provvedere entro il termine di 30 giorni dal ricevimento della stessa. Tale richiesta sospende il termine di legge, che inizierà a decorrere nuovamente dalla data di ricevimento degli elementi integrativi da parte dell'amministrazione comunale. In caso di mancata integrazione lo stesso SUAP decide in base alla documentazione agli atti.

Art.15

Modifica e ristrutturazione degli impianti

1. Le modifiche sugli impianti previste all'art. 46, comma 1, lettere a), b), d), e), g), h), i) e j) della legge e l'installazione di colonnine per l'alimentazione di veicoli elettrici, sono soggette a preventiva comunicazione da presentare al SUAP del comune in cui ricade l'impianto.
2. per i progetti di modifica da apportare ad impianti ricadenti nell'ambito di applicazione del D.P.R. 151/2011, che comportano aggravio delle preesistenti condizioni di sicurezza antincendio, dovranno essere attivati, tramite SUAP, gli adempimenti di prevenzione incendi di cui all'art. 3 del D.P.R. 151/2011, secondo le procedure stabilite dal D.M. 07.08.2012.
3. Ad ultimazione dei lavori il titolare dell'impianto trasmette al SUAP:
 - a) Dichiarazione sostitutiva di atto notorio o attestazione rilasciata da tecnico abilitato alla sottoscrizione del progetto di corretta realizzazione delle modifiche;
 - b) SCIA per prevenzione incendi da trasmettere a cura del SUAP al Comando dei Vigili del Fuoco nel rispetto del DPR 151/2011 e DM 7 Agosto 2012;
 - c) Dichiarazione sostitutiva di atto notorio o attestazione rilasciata da tecnico abilitato alla sottoscrizione del progetto che attesti la non realizzazione di ristrutturazione totale di cui all'art. 16.
4. La detenzione e/o l'aumento di stoccaggio degli oli esausti, l'installazione di attrezzature per l'erogazione di AdBlue, del combustibile per uso riscaldamento dei locali e di tutti gli altri prodotti petroliferi non destinati alla vendita al pubblico non costituisce modifica all'impianto ma ne deve essere data comunicazione ai fini conoscitivi al SUAP che ne trasmette copia al Comando Prov.le VV.F, e all'Ufficio delle Dogane territorialmente competenti.

Art.16

Potenziamento e ristrutturazione totale

1. Le modifiche previste all'art. 46, comma 1, lettere c) e f) della legge sono soggette ad autorizzazione. La domanda è presentata al SUAP con le modalità di cui all'art. 14.
2. Per ristrutturazione totale si intende il completo rifacimento dell'impianto consistente nella totale sostituzione o nel riposizionamento di tutte le attrezzature petrolifere, effettuato anche in momenti diversi nell'arco di tre anni. Sono da considerarsi ristrutturazioni totali anche le ristrutturazioni parziali dell'impianto realizzate con interventi che abbiano determinato il rifacimento dell'intero impianto di distribuzione in un periodo di tre anni.
3. Gli impianti sottoposti a ristrutturazione totale hanno l'obbligo di dotarsi di infrastrutture di ricarica elettrica di potenza elevata almeno veloce, nonché di rifornimento di GNC o GNL, fatta salva la sussistenza di impossibilità tecniche o oneri economici eccessivi e non proporzionali all'obbligo prevista dall'articolo 11.

Art.17

Impianti di distribuzione a uso privato e contenitori distributori rimovibili

1. La domanda di autorizzazione per impianti di distribuzione carburanti ad uso privato con serbatoi interrati o contenitori-distributori di categoria c), di cui dall'articolo 48, comma 1 della legge, è presentata al SUAP del Comune di Martina Franca con le modalità previste dal precedente art. 14.

2. L'autorizzazione è rilasciata a condizione che sia dimostrata ed accertata la effettiva necessità e finalità dell'impianto in relazione all'attività e produttività dell'impresa e che il parco degli automezzi di proprietà o in uso esclusivo della ditta richiedente non sia inferiore a cinque unità con esclusione delle autovetture. Tale ultima condizione è verificata sulla base dei libretti di circolazione o altro idoneo documento con obbligo di aggiornamento triennale. Nel caso di cooperative o consorzi di autotrasportatori, gli automezzi dei soci sono considerati automezzi dell'impresa purché sia dimostrata la destinazione totale e permanente degli automezzi all'impresa.
3. L'installazione dei contenitori distributori rimovibili di categoria c), di cui all'articolo 48 comma 3, è soggetta a preventiva comunicazione da presentare al SUAP del Comune di Martina Franca. Sono da intendersi imprese di autotrasporto quelle per le quali l'iscrizione presso la Camera di Commercio riporta espressamente l'attività di autotrasporto.
4. Per l'attivazione di contenitori-distributori rimovibili di categoria c), previsto dai commi 1 e 3, il titolare dell'impresa trasmette al SUAP:
 - a) Dichiarazione sostitutiva di atto notorio attestazione o rilasciata da tecnico abilitato alla sottoscrizione del progetto di corretta realizzazione;
 - b) SCIA per prevenzione incendi da trasmettere a cura del SUAP al Comando dei Vigili del Fuoco nel rispetto del DPR 151/2011 e DM 7 Agosto 2012;
5. Gli impianti di cui al presente articolo non possono cedere carburanti a terzi sia a titolo oneroso che gratuito. In caso di inosservanza si applica l'art. 62 comma 3, lett. a), punto 8, della legge.

Art.18

Impianti marini e avio

1. La domanda di autorizzazione di impianti marini previsti dall'articolo 49, e avio ad uso pubblico previsti dall'art.43, comma 1, lett.G) della legge è presentata al SUAP del Comune con le modalità previste dal precedente art. 14.
2. Il PAU deve espressamente contenere la prescrizione del divieto di cessione di carburanti ai veicoli stradali e l'avvertenza che, in caso di inosservanza, l'autorizzazione è revocata ai sensi dell'art. 62 comma 3, lett. a), punto 7, della legge.

Art.19

Prelievoetrasportocarburantiinrecipienti–contenitori

1. Gli operatori economici in possesso dell'autorizzazione prevista dall'articolo 50 della legge possono prelevare carburanti presso gli impianti stradali di distribuzione di carburanti previa presentazione dell'autorizzazione e qualora provvisti di mezzi di trasporto e recipienti/contenitori conformi alle prescrizioni di sicurezza antincendio.

Art. 20

Collaudodegli impianti

1. Ultimati i lavori di realizzazione di un nuovo impianto ad uso pubblico, ad uso privato con serbatoi interrati, ovvero delle modifiche soggette ad autorizzazione previste all'articolo 16, comma 1, la ditta interessata chiede al SUAP il collaudo dell'impianto. L'istanza è corredata da SCIA per prevenzione incendi da trasmettere, a cura del SUAP al Comando dei Vigili del Fuoco, nel rispetto del DPR 151/2011 e DM 7 Agosto 2012.
2. Il SUAP, nei trenta giorni successivi al ricevimento della richiesta convoca la commissione di collaudo prevista dall'articolo 52, comma 2, della legge, trasmettendo ai componenti copiadella documentazione inerente l'intervento.
3. Il verbale di collaudo è trasmesso, a cura del SUAP, a tutti gli enti ed Uffici interessati al procedimento che provvedono, ognuno per quanto di propria competenza, al rilascio di eventuali licenze, autorizzazioni o permessi, propedeutici all'esercizio dell'impianto.
4. Ai singolicomponentilacommissionespetta,per ognicollaudo, unrimborsospeseforfetariodi €150,00,acaricodelladittarichiedente.

Art.21

Esercizio provvisorio

1. Scaduto il termine di cui al comma 2, dell'articolo 20, su richiesta del titolare dell'impianto, il SUAP può rilasciare l'autorizzazione all'esercizio provvisorio per un periodo non superiore a centottanta giorni.
2. La domanda è presentata al SUAP con allegata dichiarazione sostitutiva di atto notorio o attestazione rilasciata da tecnico abilitato alla sottoscrizione del progetto, attestante il rispetto dellanormativavigentecon particolare riguardo agli aspetti fiscali, sanitari, stradali, disicurezza antincendio e urbanistici.
3. L'esercizio provvisorio dell'impianto o delle nuove attrezzature autorizzate su un impianto esistente è in ogni caso subordinata al possesso o aggiornamento della licenza fiscale di esercizio rilasciata dall'Ufficio delle Dogane competente per territorio.

TITOLO VI ORARIETURNAZIONI

Art.22

Principigenerali

1. Il Comune di Martina Franca determina gli orari di apertura e chiusura degli impianti stradali di distribuzione carburanti per uso di autotrazione, come previsto dall'articolo 9, comma 2, della L.R. 24/2015 e s.m.i., sentite le organizzazioni di categoria di cui all'articolo 3, comma 3 dellastessa legge.
2. Al fine di garantire la regolarità e la continuità del servizio di distribuzione carburanti i titolaridegli impianti assicurano costantemente il rifornimento dei prodotti petroliferi sugli impianti.

Art.23

Orari di apertura, assistenza automobilisti in condizione di disabilità, self-service, turni di riposo

1. Il Comune di Martina Franca, nel rispetto del citato orario omogeneo regionale stabilito dall'art. 9, comma 2, lett. b) della L.R. 24/2015 e s.m.i., può determinare annualmente gli orari di apertura e chiusura degli impianti di distribuzione carburanti, tenendo conto delle richieste dai gestori e delle esigenze territoriali, escludendo gli impianti che effettuano esclusivamente la modalità di rifornimento senza servizio con pagamento anticipato. Gli impianti che effettuano l'apertura domenicale possono sospendere l'attività nell'intera giornata del lunedì della settimana immediatamente successiva.
2. Sugli impianti non possono essere posti specifici vincoli all'utilizzo di apparecchiature per la modalità di rifornimento senza servizio con pagamento anticipato, durante le ore in cui è contestualmente assicurata la possibilità di rifornimento assistito dal personale.
3. Al fine di garantire un idoneo servizio agli automobilisti anche in condizione di disabilità, gli impianti che erogano carburanti in modalità "servito", ovvero con l'assistenza del titolare della licenza di esercizio dell'impianto rilasciata dall'ufficio delle Dogane o di suoi dipendenti o collaboratori, devono garantire l'assistenza diretta agli automobilisti in condizioni di disabilità che intendono effettuare le operazioni di rifornimento, fermo restando il riconoscimento delle condizioni di sconto per il sistema di rifornimento senza servito, nel rispetto della L.R. 18/2015.
4. Le attività integrative di cui all'art. 45, comma 3, della legge, presenti sugli impianti di distribuzione carburanti per autotrazione seguono le disposizioni statali e regionali previste per le rispettive tipologie in materia di orari.

Art.24

Servizio notturno-ferie

1. Il servizio notturno assicura la distribuzione dei carburanti in modalità "servito" tenendo presente le condizioni di sicurezza degli operatori addetti al servizio, la presenza di adeguato piazzale utile alla sosta anche dei mezzi pesanti destinati a coprire lunghe distanze ed alla possibilità di ristoro offerte dal punto di vendita.
2. Ai fini conoscitivi i titolari degli impianti che effettuano il servizio notturno ne danno comunicazione al Comune di Martina Franca che provvede a pubblicizzare agli utenti automobilisti la presenza di tale servizio sul proprio territorio.
3. La sospensione dell'attività di distribuzione dei carburanti per ferie può essere determinata per periodi non superiori a due settimane consecutive per ogni anno solare. Il gestore, d'intesa con il titolare dell'autorizzazione, comunica il proprio periodo di ferie al comune e provvede a pubblicizzare sull'impianto la chiusura.

Art. 25

Deroghe

1. Il Comune di Martina Franca può derogare alla presente disciplina ove visiano esigenze legate a manifestazioni di particolare interesse o in caso di eventi imprevisti, nonché per esigenze di carattere stagionale o turistico. La deroga non può complessivamente essere superiore a trenta giorni nel corso dell'anno.
2. Al fine di incentivare la distribuzione di carburanti ecocompatibili "GNC, GNL e GPL" gli impianti che erogano tali prodotti sono esonerati dal rispetto dei turni di chiusura infrasettimanale, festiva e dagli orari di apertura e chiusura, anche se collocati all'interno di un complesso di distribuzione di altri carburanti.

Art.26

Cartellonistica, pubblicità dei prezzi, comunicazioni all'utenza

1. E' fatto obbligo ai titolari ed ai gestori degli impianti stradali di distribuzione carburanti di esporre i prezzi praticati alla pompa dei singoli prodotti erogati di cui al D.Lgs. 206/2005 ed alla legge 27/2012. Le modalità delle disposizioni in materia di pubblicità dei prezzi praticati dai distributori di carburanti per autotrazione sono indicate dal Decreto del Ministro allo Sviluppo Economico del 17 gennaio 2013. I prezzi esposti e pubblicizzati devono essere esclusivamente quelli effettivamente praticati ai consumatori.
2. Lo scarico delle autocisterne per il rifornimento degli impianti di distribuzione di carburante è consentito anche nelle ore in cui gli impianti sono chiusi al pubblico e comunque in accordo col gestore.

Art.27

Rimozione attrezzature e bonifica impianti chiusi

1. Al fine di prevenire l'insorgenza di pericoli nei riguardi della sicurezza dell'ambiente e delle condizioni igienico-sanitarie e paesaggistiche, i titolari di impianti di distribuzione dei carburanti che per qualsiasi motivo hanno cessato l'attività di distribuzione dei carburanti, anche precedentemente all'entrata in vigore del presente Regolamento, sono obbligati ad attuare la procedura di dismissione come previsto dall'articolo 1, comma 117, della legge 124/2017.
2. Al Comune di Martina Franca, cui sono delegate le funzioni amministrative in materia di bonifica degli impianti di distribuzione carburanti ai sensi della L.R. n. 42/2017, compete anche la salvaguardia del territorio nel rispetto del comma 5, dell'art. 61 della legge, con l'obbligo nei confronti dei titolari degli impianti che cessano l'attività alla rimozione delle attrezzature.

TITOLO VII

DISPOSIZIONI FINALI E NORME TRANSITORIE

Art.28

Comunicazioni alla Regione

1. Per le finalità di cui all'art. 2, lett. i) della legge, il SUAP comunica alla Regione i PAU relativi alle nuove autorizzazioni, le modifiche e i potenziamenti intervenuti sugli impianti, la decadenza, le chiusure, gli smantellamenti, le sospensioni dell'attività e le autorizzazioni alle attività integrative.
2. I titolari delle autorizzazioni di impianti che erogano GNC e GNL comunicano alla Regione l'erogato annuale, entro il 31 gennaio dell'anno successivo.
3. L'Agenzia delle Dogane comunica annualmente alla Regione i dati relativi agli erogati degli impianti.
4. La Regione può richiedere ogni altra informazione ritenuta utile al monitoraggio della rete regionale carburanti.

Art.29

Esame delle domande precedenti

1. Le domande di installazione di nuovi impianti presentate al SUAP prima dell'entrata in vigore del presente regolamento, ancoraprievi provvedimenti di diniego, devono essere esaminate, ai sensi della normativa in vigore alla data della loro presentazione.
2. Qualora il Comune di Martina Franca ravvisi la necessità di acquisire ulteriore e diversa documentazione integrativa si applica la procedura prevista dall'art. 14, comma 4.

Art.30

Adeguamento e prevalenza del Regolamento

1. Al fine di favorire una maggiore diffusione dei carburanti alternativi e delle diverse attività integrative presenti sugli impianti, il Comune di Martina Franca può individuare idonee forme di incentivazione di tipo urbanistico aventi carattere regolamentare in caso di installazione di GNC, GNL, GPL e/o idrogeno.
2. Il presente Regolamento prevale sulle norme regolamentari, sugli strumenti urbanistici e disposizioni comunali e, ove vi siano disposizioni, criteri e parametri comunali in contrasto si applicano i criteri ed i parametri stabiliti con il presente Regolamento.

Capitolo 11

Forme speciali di vendita al dettaglio

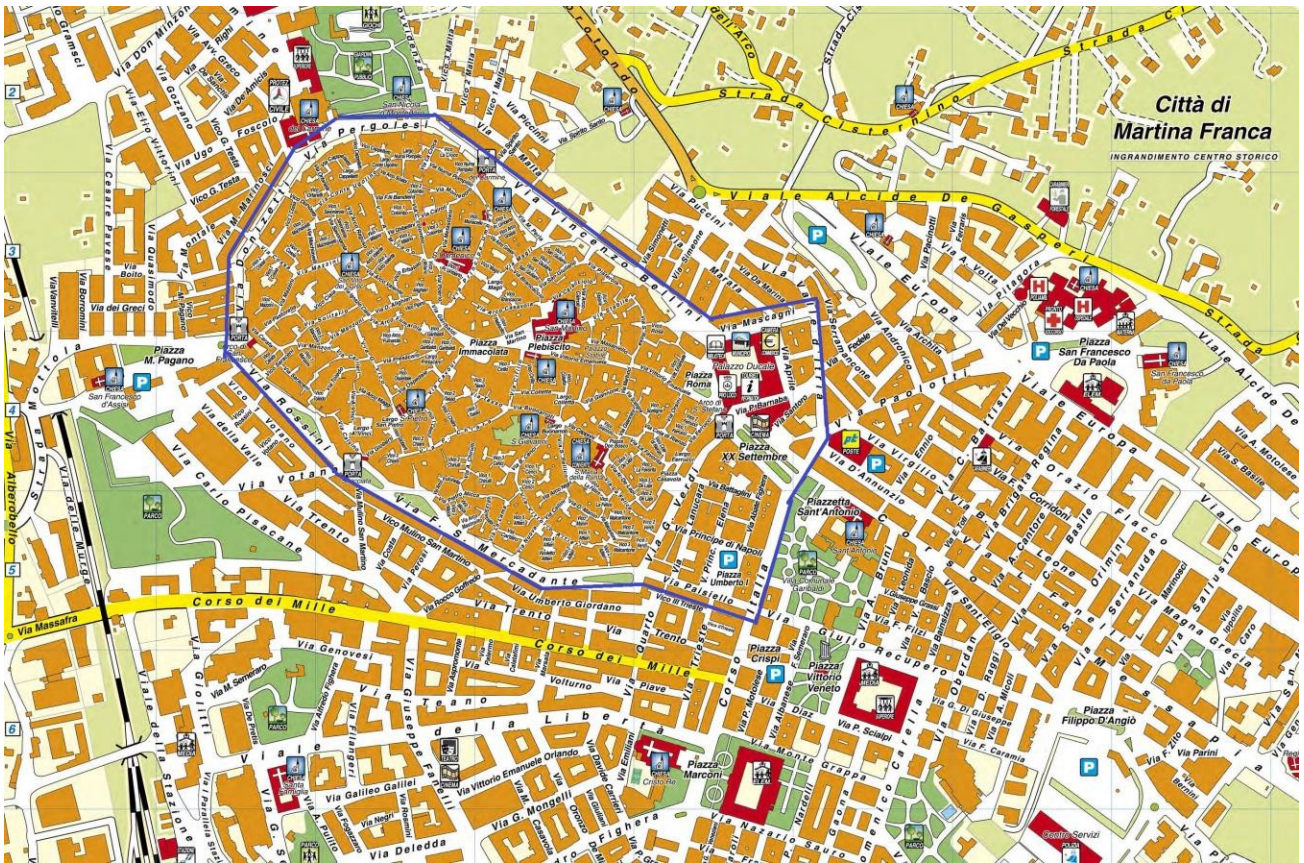
La Legge Regionale 24/2015 “Codice del Commercio”, così come aggiornata dalla L.R. 12/2018, detta specifiche disposizioni in materia di disciplina delle forme speciali di vendita al dettaglio.

1 Gli spacci interni

- 1) 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 è soggetta ad apposita SCIA al comune competente per territorio e deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico che non abbiano accesso dalla pubblica via.
- 2) Nella SCIA sono dichiarati la sussistenza dei requisiti di cui all'articolo 5 della L.R. 24/2015, così come aggiornata dalla L.R. 12/2018, la persona preposta alla gestione dello spaccio, il rispetto delle norme in materia di idoneità dei locali, il settore merceologico, l'ubicazione e la superficie di vendita.

2 Vendita di prodotti per mezzo di apparecchi automatici

1. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale a essa adibito in modo esclusivo è soggetta ad apposita SCIA da presentare al Comune di Martina Franca, fatta esclusione per le vie che ricadono all'interno del perimetro del Centro Storico già individuate al precedente Capitolo 6 -Regolamento comunale per le attività di somministrazione di alimenti e bevande, che sono così definite: Via Doninzetti - Via Pergolesi - Via Bellini - Via Mascagni - Via Valle d'Itria (parte) - Corso Italia (parte) - Via Paisiello- Via Mercadante - Via Rossini, secondo la seguente rappresentazione cartografica:



All'interno di tali aree il Comune di Martina Franca intende esercitare il proprio potere limitativo per motivi imperativi di interesse generale, quali la conservazione del patrimonio storico e artistico, la tutela dell'ambiente urbano, l'ordine pubblico, la sicurezza pubblica anche con riferimento alla necessità di evitare ulteriori flussi di pubblico, assembramenti e affollamenti che possano arrecare disturbo alla quiete pubblica, ponendo così un argine al degrado urbano e garantendo il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio.

In virtù di tali considerazioni sono vietati - per un periodo di tre anni dall'entrata in vigore del presente Documento Strategico del Commercio – l'apertura e/o il trasferimento di sede dall'esterno del perimetro del Centro Storico.

Sono escluse dalla presente disposizione le attività esistenti, anche quando interessate da iniziative di subentro.

2. La vendita è subordinata ai requisiti di cui all'articolo 5, della L.R. 24/2015, così come aggiornata dalla L.R. 12/2018.
3. Se l'apparecchio automatico viene installato sulle aree pubbliche, devono essere osservate le norme sull'occupazione del suolo pubblico.
4. L'utilizzo di apparecchi automatici per la vendita in altri esercizi commerciali già abilitati o in altre strutture è subordinato a SCIA.
5. Le successive installazioni o disinstallazioni di apparecchi automatici che distribuiscono prodotti alimentari sono comunicate con cadenza semestrale al SUAP che le trasmette all'ASL.
6. È consentita la vendita di bevande alcoliche solo attraverso distributori automatici che consentano la rilevazione dei dati anagrafici dell'utilizzatore mediante sistemi di lettura ottica dei documenti, salvo che si aprano sul posto personale incaricato di effettuare il controllo sui dati anagrafici.
7. Non è consentita la vendita di bevande alcoliche e superalcoliche a mezzo distributori automatici, sia su aree pubbliche che su aree private, dalle ore 22:00 alle ore 06:00 di ogni giorno.

3 Vendite per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione

- 1) La vendita al dettaglio per corrispondenza, commercio elettronico, tramite televisione o altri sistemi di comunicazione è soggetta a SCIA da presentare al SUAP del Comune nel quale l'esercente, persona fisica o giuridica, intende fissare la sede legale. Quando l'attività è accessoria ad altra tipologia di vendita, non occorre alcun titolo di legittimazione aggiuntivo.
- 2) È vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta. È consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi, senza spese o vincoli per il consumatore.
- 3) Nella SCIA di cui al comma 1, è dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 e il settore merceologico di attività.
- 4) Nei casi in cui le operazioni di vendita siano effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva accerta, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attività sia in possesso dei requisiti prescritti dalla presente legge per l'esercizio della vendita al dettaglio. Durante la trasmissione devono essere indicati il nome e la denominazione e la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese e il numero della partita IVA. Agli organi di vigilanza è consentito il libero accesso al locale indicato come sede del venditore.
- 5) Le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione sono vietate.
- 6) Chi effettua le vendite tramite televisione per conto terzi deve essere in possesso della licenza prevista dall'articolo 115 del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza, approvato con regio decreto 18 giugno 1931, n. 773.

- 7) Alle vendite di cui all'articolo 59 si applicano altresì le disposizioni di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice di consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n.229).

4 Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori

- 1) Lavendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori è soggetta a SCIA da presentare al SUAP del comune nel quale l'esercente, persona fisica o giuridica, intende fissare la sede legale.
- 2) Nella SCIA sono dichiarati la sussistenza dei requisiti di cui all'articolo 5 ed il settore merceologico di attività.
- 3) L'impresa che intende avvalersi di incaricati per l'esercizio dell'attività, ne comunica l'elenco all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha avviato l'attività e risponde agli effetti civili dell'attività dei medesimi. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5.
- 4) L'impresa di cui al comma 1, rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate, che deve ritirare non appena esse perdano i requisiti richiesti.
- 5) Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 4, deve essere numerato e aggiornato annualmente, deve contenere le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, nonché del nome del responsabile dell'impresa stessa e la firma di quest'ultimo e deve essere esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.
- 6) Le disposizioni concernenti gli incaricati, si applicano anche nel caso di operazioni di vendita a domicilio del consumatore effettuate dal commerciante sulle aree pubbliche in forma itinerante.
- 7) Il tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4 e 5, è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua personalmente le operazioni disciplinate dal presente articolo.
- 8) Alle vendite di cui al presente articolo, si applicano altresì le disposizioni di cui al d.lgs. 206/2005.
- 9) L'esibizione o illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi altra forma di propaganda commerciale presso il domicilio del consumatore, così come definito all'articolo 4, sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati sul tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4, 5, 6 e 8.
- 9)bis Quando l'attività è accessoria ad altra tipologia di vendita, non occorre alcun titolo di legittimazione aggiuntivo.

Capitolo 12 Sanzioni e norme fiscali

1 Competenza della vigilanza e dei provvedimenti sanzionatori

1. La competenza per le violazioni delle disposizioni di cui alla L.R. 24/2015 e del presente Documento Strategico del Commercio fa capo al Comune di Martina Franca. Allo stesso Comune pervengono i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta ovvero da ordinanze di ingiunzioni di pagamento.
2. Il Comune di Martina Franca è competente alla vigilanza e al provvedimento sanzionatorio di cui all'articolo 180 del Regio Decreto 6 maggio 1940, n. 635 (*Approvazione del regolamento per l'esecuzione del testo unico 18 giugno 1931 □ IX, n. 773 delle leggi di pubblica sicurezza*).

3. Chiunque eserciti l'attività di commercio al dettaglio in sede fissa, le forme speciali di vendita, l'attività di vendita della stampa quotidiana e periodica, di somministrazione di alimenti e bevande, la distribuzione di carburanti e di commercio su aree pubbliche senza autorizzazione o altro titolo abilitativo previsto, ovvero senza i requisiti di cui all'articolo 5 della L.R. 24/2015 (così come definiti dall'articolo 71 del D.Lgs. 26 marzo 2010, n. 59 *Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno* e successive modificazioni), è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro duemilacinquecento a euro 15 mila e alla chiusura immediata dell'esercizio.
4. Nel caso di operatori su aree pubbliche la chiusura è integrata dal sequestro cautelare delle attrezzature e delle merci e alla successiva confisca delle stesse, nonché degli automezzi usati dai sanzionati, ai sensi della legge 24 novembre 1981 n. 689 (Modifiche al sistema penale).
5. Per i distributori di carburante a uso pubblico, il Comune dispone inoltre la rimozione delle attrezzature e il ripristino dei luoghi con spese a carico dei trasgressori.
6. Le violazioni alle prescrizioni della L.R. 24/2015 e al presente Documento Strategico del Commercio, diverse da quelle considerate ai commi 3, 4 e 5, sono punite con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro cinquecento a euro 3 mila.
7. In caso di particolare gravità o di recidiva, la competente autorità comunale dispone, altresì, la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non inferiore a tre e non superiore a venti giorni lavorativi. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.
8. Le attività di somministrazione di alimenti e bevande, possono essere sospese anche quando venga meno la sorvegliabilità dei locali. L'attività è sospesa per una durata non inferiore a tre giorni e non superiore a novanta giorni, termine entro il quale, salvo proroga in caso di comprovata necessità e previa motivata istanza, il titolare può riprendere l'attività, ripristinando i requisiti mancanti.
9. L'attività è sospesa fino a tre giorni, nel caso in cui l'esercente non rispetti gli orari e le indicazioni operative decise dal Comune di Martina Franca per la tutela degli abitati delle aree limitrofe.
10. Per accertati motivi di pubblico interesse o per evidenti ragioni di sicurezza, il Comune può disporre la sospensione dell'impianto di distribuzione di carburanti su strada.
11. Qualora le fattispecie di cui ai commi 3 e 7, avvengano in un esercizio di somministrazione, si applicano anche le disposizioni di cui agli articoli 17 ter e 17 quater del R.D. 773/1931 (*Testo Unico delle Leggi di Pubblica Sicurezza*).

2 Sospensione, decadenza e revoca delle autorizzazioni

1. Il titolare può sospendere volontariamente la propria attività dandone comunicazione al Comune, fino al periodo massimo di un anno, salvo proroga del termine in caso di comprovata necessità e motivata richiesta dell'interessato.
2. I titolari degli impianti di distribuzione di carburanti su area autostradale non possono sospendere l'attività dell'esercizio.
3. Il titolo abilitativo è revocato:
 - a) qualora il titolare:
 1. chiuda volontariamente l'attività;
 2. non avvii l'attività entro sei mesi dalla data del titolo stesso; periodo esteso a un anno per le medie strutture di vendita e due anni per le grandi strutture di vendita;

3. non osservi i provvedimenti di sospensione dell'autorizzazione o non ripristini i requisiti mancanti nei termini previsti;
 4. sospenda l'attività per un periodo superiore al massimo previsto al comma 1;
 5. in possesso di autorizzazione su aree pubbliche di tipo A, non utilizzi il posteggio assegnato all'interno di una fiera per due manifestazioni consecutive, fatti salvi i casi di forza maggiore documentati dall'interessato;
 6. in possesso di autorizzazione su aree pubbliche di tipo A, non utilizzi il posteggio assegnato per periodi superiori complessivamente a 1/3 delle giornate previste per ciascun anno solare, fatti salvi i casi di forza maggiore documentati dall'interessato;
 7. rifornisca da un impianto marino il carburante ai veicoli stradali;
 8. rifornisca da un impianto a uso privato il carburante ai terzi;
- b) ne casista la stabilità dal Comune per motivi di pubblico interesse;
- c) qualora l'impianto di distribuzione di carburante non risulti adeguabile e seguito da verifiche di compatibilità da parte del comune.

3 Provvedimenti sanzionatori da parte della Regione Puglia

1. La Regione può richiedere al Comune, la chiusura di un esercizio non in possesso dell'autorizzazione per grande struttura di vendita ovvero la revoca dell'autorizzazione rilasciata in maniera non conforme alla presente legge.
2. In caso di mancata attuazione, la Regione decorsi novanta giorni dalla data della richiesta, nomina a carico del comune inadempiente, un commissario ad acta per l'attuazione dei necessari provvedimenti.
3. Il Comune, avuta notizia di una delle fattispecie di revoca, la comunica all'interessato fissando un termine di trenta giorni per le eventuali controdeduzioni, decorso il quale adotta il provvedimento conseguente.