

Il commercio in sede fissa

È il commercio esercitato su aree private, in negozi o all'aperto, da parte di un soggetto che acquista merci e le rivende direttamente al consumatore finale, cioè al pubblico in generale.

L'attività è disciplinata dal DLgs n. 114 del 1998, dalla LR n. 6 del 2010 e dalla Parte 2^a del Testo Unico Regolamentare (TUR) vigente in questo Comune il quale dispone che l'esercizio del commercio al dettaglio si articola nelle seguenti forme:

Esercizio di vicinato

V) Con superficie di vendita fino a 150 mq.

Media struttura di vendita alimentare (prevalente)

MS1) con superficie di vendita da 151 mq. fino a 500 mq.

MS2) con superficie di vendita da 501 mq. fino a 1.000 mq.

MS3) con superficie di vendita da 1.001 mq. fino a 1.500 mq.

Media struttura di vendita non alimentare

MS4) con superficie di vendita da 151 mq. fino a 500 mq.

MS5) con superficie di vendita da 501 mq. fino a 1.000 mq.

MS6) con superficie di vendita da 1.001 mq. fino a 1.500 mq.

Grande struttura di vendita

G1) con superficie di vendita oltre 1.500 mq.

L'attivazione è consentita solo in attuazione di piani di recupero di aree industriali dismesse o di PA indicati nella componente economica-commerciale del PGT.

Struttura di vendita organizzata in forma unitaria

C1) con superficie di vendita da 151 mq. fino a 1.500 mq.

C2) con superficie di vendita da 1.501 mq. fino a 2.500 mq.

Per struttura di vendita organizzata in forma unitaria è da intendersi una media o una grande struttura di vendita nella quale due o più esercizi commerciali siano inseriti in un insediamento edilizio o in un complesso urbanistico - edilizio organizzato in uno o più edifici, nella medesima area o in aree contigue, destinato in tutto o in parte alle attività commerciali, anche composto da più edifici aventi spazi di distribuzione funzionali all'accesso ai singoli esercizi e con spazi e servizi gestiti anche unitariamente (non concorrono all'unitarietà dei servizi gli standard a parcheggio qualora ceduti anche in parte in asservimento o all'uso pubblico).

Alla predetta tipologia sono riconducibili:

a) il centro commerciale costituito da una media o da una grande struttura che si caratterizza, in tutto o in parte, per l'unicità della struttura o dell'insediamento commerciale, la destinazione specifica o prevalente della struttura, gli spazi di servizio gestiti unitariamente e le infrastrutture comuni. In questa definizione sono compresi anche:

a1) il centro commerciale tradizionale, inteso quale complesso commerciale costituito da una aggregazione, nella medesima area, di più edifici, anche contigui e collegati funzionalmente da percorsi pedonali su suolo privato con accessibilità ad un insieme di esercizi commerciali con servizi comuni fruibili dall'intero complesso;

a2) il centro commerciale multifunzionale, inteso quale complesso commerciale, con le caratteristiche di cui sopra, concepito e organizzato per svolgere una molteplicità di funzioni (culturali, di intrattenimento, di svago, di spettacolo, di benessere o di divertimento) complementari a quella commerciale;

a3) il "Factory Outlet Centre", costituito da una media o da una grande struttura, localizzata in luogo diverso da quello di produzione, in cui più aziende produttrici, direttamente o indirettamente, effettuano la vendita di prodotti appartenenti al settore merceologico non alimentare al fine di vendere prevalentemente prodotti invenduti, di fine serie, collezioni di anni precedenti, prodotti campionari e prodotti con piccoli difetti di produzione non nascosti alla clientela (cd. prodotti

“fallat”).

b) il parco commerciale, inteso quale complesso commerciale costituito da una aggregazione, in aree commerciali contigue, di almeno due medie o grandi strutture di vendita localizzate anche sul medesimo asse viario e con un sistema di accessibilità comune.

Il ricorrere degli elementi che possono costituire una struttura unitaria ai sensi del punto precedente deve essere verificato in ogni caso quale che sia la formula o la dizione commerciale adottata.

Fatto salvo quanto stabilito ai punti precedenti non è considerato struttura organizzata in forma unitaria l'insieme degli esercizi e di altre attività di servizio che si affacciano su vie e spazi pubblici anche in asservimento o ad uso pubblico che si caratterizzano come «centri commerciali naturali» compresi i mercati su aree pubbliche.

Spacci interni – intesa quale 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 e deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico, che non abbiano accesso dalla pubblica via.

Vendita con apparecchi automatici - Per l'avvio dell'attività di vendita di prodotti al dettaglio di qualsiasi genere per mezzo di apparecchi automatici. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo è soggetta alle medesime disposizioni previste per l'apertura di un esercizio di vendita.

Vendita per corrispondenza o con mezzi di comunicazione - Intesa quale vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione (*internet*).

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.

Per questa forma di vendita trova applicazione il diritto di recesso ai sensi del vigente Codice del Consumo.

Vendita al domicilio del consumatore - La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori.

Il soggetto che intende avvalersi per l'esercizio dell'attività di incaricati, 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.

L'impresa rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate, che 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.

Prodotti surgelati – Per alimenti surgelati si intendono i prodotti alimentari:

a) sottoposti ad un processo speciale di congelamento, detto «surgelazione», che permette di superare con la rapidità necessaria, in funzione della natura del prodotto, la zona di cristallizzazione massima e di mantenere la temperatura del prodotto in tutti i suoi punti, dopo la stabilizzazione termica, ininterrottamente a valori pari o inferiori a -18 °C;

b) commercializzati come tali;

c) i gelati non sono considerati alimenti surgelati.

L'autorizzazione amministrativa per la vendita **di soli alimenti surgelati** deve essere richiesta al SUAP mediante presentazione del modulo SCIA, dichiarando, mediante relazione allegata, di disporre di un locale di vendita che risponda ai requisiti igienico-sanitari necessari per la vendita di detti prodotti e mettendo in opera apparecchiature frigorifere atte a conservare i prodotti ad una temperatura costante uguale a 18 gradi centigradi sottozero o più fredda.

Vendita farmaci da banco o di automedicazione – Gli esercizi commerciali di vicinato, media e grande distribuzione, in possesso dei requisiti di seguito indicati, possono effettuare attività di vendita al pubblico dei farmaci da banco o di automedicazione, di cui all'articolo 9-bis del decreto-legge 18 settembre 2001 n. 347, convertito, con modificazioni, dalla legge 16 novembre 2001, n. 405, e di tutti

i farmaci o prodotti non soggetti a prescrizione medica, previa SCIA al SUAP, alla Regione Lombardia, ed alla ATS di competenza territoriale.

Qualora vengano posti in vendita anche prodotti alimentari dietetici, integratori, per l'infanzia o per soggetti di particolari patologie, l'esercizio commerciale deve essere abilitato anche per il settore alimentare ed il titolo di laurea in farmacia è titolo abilitante alla vendita di tali prodotti alimentari.

Vendita quotidiani e periodici – Detta attività comprende la vendita al pubblico delle pubblicazioni aventi la cadenza temporale dei quotidiani e periodici, di tutti quei prodotti di tipo editoriale che hanno una regolare autorizzazione, come edizione periodica, dal competente Tribunale. L'attività può essere esercitata in punti di vendita esclusivi o punti di vendita non esclusivi.

Vendite straordinarie – Liquidazioni, vendite promozionali, saldi fine stagione, vendite sottocosto.

Detenzione e vendita animali – Le strutture destinate al commercio e toelettatura di animali d'affezione devono essere autorizzate dal sindaco, previo parere favorevole dell'ATS competente. Per animali d'affezione s'intendono quelli che stabilmente od occasionalmente convivono con l'uomo, mantenuti per compagnia e che possono svolgere attività utili all'uomo.

Restano esclusi gli animali selvatici ed esotici di cui alla legge 19 dicembre 1975, n. 874 (Ratifica ed esecuzione della convenzione sul commercio internazionale delle specie animali e vegetali in via di estinzione, firmata a Washington il 3 marzo 1973).

Farmacie - delle quali i comuni assumono l'impianto e l'esercizio qualora vendano esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici.

Rivendite di generi di monopolio - abilitati dal Monopolio e vendano esclusivamente generi di monopolio viene valutata la semplice ammissibilità insediativa.

Produttori agricoli - che esercitino attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del codice civile (vedi settore agricoltura).

Distributori di carburanti - vendita di prodotti alimentari e non alimentari in modo complementare all'impianto pubblico stradale di distribuzione carburanti.

Vendita di propri prodotti – da parte di produttori nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria (vedi settore produttivo).

Vendita proprie opere d'arte - nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica od informativa, realizzate anche mediante supporto informatico.

Vendita oggetti usati – con particolare distinzione tra semplice oggetto ed oggetti a valenza storica o artistica.

Vendita effettuata durante manifestazioni fieristiche - di prodotti nei confronti dei visitatori, purché riguardi le sole merci oggetto delle manifestazioni e non duri oltre il periodo di svolgimento delle manifestazioni stesse (vedi settore commercio su aree pubbliche).