

**D.c.r. 26 novembre 2013 - n. X/203****Definizione degli obiettivi di presenza e di sviluppo delle aree mercatali e del commercio in forma itinerante nel triennio 2013-2015 ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge regionale 2 febbraio 2010, n. 6**

Presidenza del Presidente Cattaneo

## IL CONSIGLIO REGIONALE DELLA LOMBARDIA

Richiamata la legge regionale 2 febbraio 2010, n. 6 (Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere) ed in particolare il Titolo II, Capo I, Sezione III «Commercio su aree pubbliche»;

Visto il decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno);

Visto il decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201 (Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici), convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214;

Vista la deliberazione del Consiglio regionale 30 novembre 2007, n. 466, che definiva gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle aree mercatali prevedendo la possibilità di istituire 1.500 nuovi posteggi mercatali per il triennio 2007-2009;

Vista la deliberazione della Giunta regionale 22 dicembre 2010, n. 1062 di recepimento delle indicazioni in ordine all'applicazione delle disposizioni del d.lgs. 59/2010 in materia di commercio e turismo;

Dato atto che ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della l.r. 6/2010 si rende necessario:

- ridefinire gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle aree mercatali, ancorché la disponibilità di 1.500 nuovi posteggi sia stata utilizzata nella misura di 1.492;
- definire le possibilità di crescita del commercio esercitato in forma itinerante tenuto conto del d.lgs. 59/2010;

Dato atto che la rete mercatale della Lombardia esistente al 31 dicembre 2012 è costituita da circa 60.581 posteggi e che gli operatori che esercitano il commercio ambulante sono pari a circa 19.399;

Considerato che il commercio su aree pubbliche, la cui peculiarità consiste di fornire un servizio commerciale anche in zone che altrimenti ne sarebbero prive, esercita, nonostante la contrazione generale dei consumi, una grande forza attrattiva nei confronti dei cittadini e dei turisti che frequentano le nostre città, anche per la convenienza dei prezzi praticati;

Considerato che, al fine di ridefinire gli obiettivi di presenza e sviluppo delle aree mercatali relativi al triennio 2013-2015 è stata predisposta una media dei nulla osta concessi dal 2007 ad oggi ed è stato moltiplicato tale valore per i tre anni di validità della programmazione, ricavando il dato di 639 nuovi posteggi assentiabili;

Preso atto che le associazioni di rappresentanza degli operatori e la stessa ANCI Lombardia riferiscono che la crisi economica in essere ha reso disponibili in modo decisamente superiore al passato i posteggi già esistenti all'interno dei mercati, rendendo meno frequente la richiesta di nuovi posteggi in mercati esistenti;

Dato atto che in vista dell'evento EXPO Milano 2015 e dell'esigenza di considerare la possibilità di istituire nuovi mercati, anche in funzione della ampia visibilità che la rete distributiva e i prodotti lombardi potranno avere nell'arco temporale relativo, si stima opportuno un aumento di circa il 50 per cento dei posteggi teoricamente assegnabili, portando quindi il numero dei posteggi programmabili complessivamente nel triennio a 960;

Vista la deliberazione della Giunta regionale 25 luglio 2013, n. 488 della relativa alla proposta di deliberazione in oggetto;

Preso atto che la IV Commissione «Attività Produttive e Occupazione» il 12 settembre 2013 ha svolto audizioni con le associazioni del settore;

Sentita la relazione della IV Commissione consiliare «Attività Produttive e Occupazione»;

Con votazione per appello nominale che dà il seguente risultato:

Consiglieri presenti:	n. 34
Non partecipano alla votazione:	n. 1
Consiglieri votanti:	n. 53
Voti favorevoli:	n. 52
Voti contrari:	n. =
Astenuti:	n. 1

## DELIBERA

di approvare l'allegato A alla presente deliberazione, di cui è parte integrante, avente ad oggetto "Definizione degli obiettivi di presenza e di sviluppo delle aree mercatali e del commercio in forma itinerante nel triennio 2013-2015, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge regionale 2 febbraio 2010, n. 6".

Il presidente: Raffaele Cattaneo  
Il consigliere segretario: Eugenio Casalino  
Il segretario dell'assemblea consiliare:  
Mario Quagliari

## ALLEGATO A

**DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI DI PRESENZA E DI SVILUPPO DELLE AREE MERCATALI E DEL COMMERCIO IN FORMA ITINERANTE NEL TRIENNIO 2013-2015, AI SENSI DELL'ARTICOLO 17, COMMA 1, DELLA LEGGE REGIONALE 2 FEBBRAIO 2010, N. 6.***Obiettivi presenza e sviluppo aree mercatali triennio 2013-2015*

1. Per il triennio 2013-2015 possono essere assentiti, dalla struttura regionale competente in materia di commercio su aree pubbliche, l'istituzione o l'ampliamento dei mercati esistenti fino ad un massimo di 960 nuovi posteggi, assumendo quali elementi di valutazione nell'ordine:

- a) il potenziamento e la ristrutturazione dei mercati esistenti in conseguenza anche del loro adeguamento alla vigente normativa igienico-sanitaria;
- b) gli interventi miranti ad assicurare un servizio da rendere al consumatore anche nelle zone o nei quartieri più degradati e nei comuni montani non sufficientemente serviti dalla rete distributiva esistente, con particolare riguardo alla propensione al consumo della popolazione;
- c) la localizzazione o l'eventuale rilocalizzazione dei mercati stessi che consenta un facile accesso ai consumatori, sufficienti spazi di parcheggio per i mezzi degli operatori, il minimo disagio alla popolazione residente, la salvaguardia dell'attività commerciale in atto ed un riequilibrio dei flussi di domanda attualmente diretti verso i centri storici o verso aree congestionate, ferma restando la salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale.

2. I nuovi posteggi di cui al punto 1 dovranno essere riservati, salvo mancanza di richiesta, fino al raggiungimento della quota del trenta per cento, ai commercianti di prodotti tipici lombardi.

La tipicità di un prodotto è l'insieme di caratteristiche uniche di immagine, tradizione, tecnologia e cultura che sono propri di uno specifico territorio e che sono alla base delle tecniche di realizzazione dei prodotti.

L'impegno alla vendita di prodotti tipici lombardi, che potrà essere inserito tra le clausole dell'atto di concessione del posteggio, dovrà essere fatto rispettare con i necessari controlli da parte degli organi preposti.

Al fine di individuare i prodotti tipici lombardi, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, si segnalano:

- alimentari tipici:
  - i prodotti DOP e IGP;
  - i vini DOC e DOCG e i vini IGT;
  - i prodotti tradizionali agroalimentari, censiti ed iscritti in appositi elenchi regionali visionabili sul sito di Regione Lombardia, sezione Agricoltura;
- non alimentari: non essendoci una definizione specifica, devono considerarsi tipici quelli realizzati, prevalentemente o esclusivamente, con materie prime e manodopera del luogo.

3. Nei mercati di nuova istituzione almeno il cinquanta per cento dei posteggi deve essere riservato alla vendita di prodotti alimentari. È fatta salva la possibilità di deroga adeguatamente motivata per i singoli comuni, previa consultazione con la Regione e con le associazioni di categoria del commercio su aree pubbliche maggiormente rappresentative a livello regionale. In ogni caso è vietata l'istituzione di mercati con unico settore merceologico alimentare o non alimentare.

## Serie Ordinaria n. 49 - Giovedì 05 dicembre 2013

4. I comuni possono differenziare gli orari di effettuazione dei mercati, anche in orari pomeridiani e serali, al fine di garantire l'afflusso di più ampie categorie di consumatori.

5. La Giunta regionale, ai sensi del titolo V della l.r. 6/2010 (Promozione e sostegno delle attività commerciali), favorisce:

- l'istituzione di mercati aventi sede propria;
- la rilocalizzazione dei mercati su strada in aree protette dal traffico e da fonti di inquinamento;
- l'adeguamento alla normativa igienico-sanitaria dei mercati esistenti, dei negozi mobili e dei banchi temporanei relativamente alla preparazione, somministrazione e commercio di prodotti alimentari;
- l'organizzazione di iniziative ed eventi a carattere internazionale finalizzati a valorizzare l'incontro tra operatori italiani e quelli di altri paesi europei ed extra-europei.

6. Per il triennio 2013-2015, i piccoli comuni di cui all'art. 2, comma 1, della legge regionale 5 maggio 2004, n. 11 (Misure di sostegno a favore dei piccoli comuni della Lombardia) sprovvisti di mercato e non sufficientemente serviti dalla rete distributiva esistente possono, sentite le associazioni di categoria, istituire o ampliare le aree mercatali esistenti indipendentemente dagli obiettivi di cui al punto 1. I predetti comuni non devono chiedere il preventivo nulla osta alla struttura regionale competente in materia di commercio su aree pubbliche.

7. L'assegnazione dei nuovi posteggi su aree pubbliche deve essere effettuata sulla base dei criteri individuati nel Documento Unitario delle Regioni e Province Autonome per l'attuazione dell'Intesa della Conferenza Unificata del 5 luglio 2012 ex articolo 70, comma 5, del d.lgs. 59/2010, in materia di aree pubbliche.

8. La Giunta regionale, con propria deliberazione, disciplina lo svolgimento di mercati di qualità legati al tema della manifestazione «Expo Milano 2015», cui destinare una quota dei posteggi assenti ai sensi del precedente punto 1. A tal fine la Giunta regionale fornisce indicazioni sull'individuazione dei settori merceologici dei posteggi, ne riserva non meno del 30 per cento alla produzione alimentare e non della regione, ne stabilisce la durata, determina gli elementi di arredo urbano cui i partecipanti sono tenuti ad uniformarsi in termini di utilizzo dei banchi di vendita, prevede punti informativi sull'evento e può richiedere particolari standard di qualità legati al prodotto e alle strutture di vendita.

*Obiettivi di presenza e sviluppo del commercio esercitato in forma itinerante triennio 2013-2015*

In Lombardia il commercio itinerante su aree pubbliche:

- è svolto nelle aree e nelle zone non sottoposte dai comuni ai divieti e alle limitazioni di cui all'art. 22, commi 2, 4, 5 e 6, della l.r. 6/2010 e di cui all'art. 70 del d.lgs. 59/2010;
- nei comuni con popolazione residente superiore ai 5.000 abitanti e con soste oltre i limiti di tempo di cui all'art. 21, comma 2, della l.r. 6/2010, è consentito solo in apposite aree individuate dal comune in relazione all'effettivo servizio da rendere al consumatore, alla tutela dei centri storici, del patrimonio artistico e culturale, al rispetto dell'ambiente e del territorio, alla accessibilità, alla sicurezza stradale e alla disponibilità di parcheggi, nonché a quanto stabilito dal citato art. 70 del d.lgs. 59/2010.

Per il triennio 2013-2015, i comuni possono, sussistendo i motivi imperativi di interesse generale di cui all'art. 12 del d.lgs. 59/2010, valutare il grado di utilizzabilità delle aree destinate al commercio itinerante, considerando le ragioni di sostenibilità ambientale, sociale e di viabilità che rendano impossibile consentire ulteriori afflussi di acquisto nella zona senza incidere in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo, ferma restando la finalità di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico, architettonico e ambientale.