

LEGGE REGIONALE 19 gennaio 1998, n. 1

DISCIPLINA DEL COMMERCIO NEI CENTRI AGROALIMENTARI E NEI MERCATI ALL'INGROSSO. ABROGAZIONE DELLA L.R. 30 MAGGIO 1975, N. 38

Bollettino Ufficiale n. 9 del 22 gennaio 1998

Art. 1

Commercio nei centri agro-alimentari e nei mercati all'ingrosso

1. Nell'ambito dei principi posti dalla vigente normativa sulla gestione dei servizi pubblici locali e nel rispetto delle disposizioni vigenti in materia commerciale e sanitaria, la presente legge disciplina il commercio all'ingrosso dei prodotti agro-alimentari, delle carni, dei prodotti floricoli, delle piante, delle sementi e dei prodotti della pesca, sia freschi che trasformati o conservati, che si svolge nei Centri agro-alimentari e nei mercati all'ingrosso.

Art. 2

Centri agro-alimentari

1. I centri agro-alimentari, comprensivi di strutture e di aree ad essi preposte, operano quali "centri polifunzionali integrati" e assumono un ruolo di riferimento centrale nelle fasi dell'aggregazione, della selezione, della conservazione e della distribuzione dei prodotti di cui all'art. 1.

2. Costituiscono elementi caratterizzanti dei centri agro-alimentari:

- a) l'unitarietà della gestione;
- b) lo svolgimento dell'attività di raccordo fra la produzione e la grande distribuzione;
- c) la posizione baricentrica rispetto alle vie di commercializzazione ed ai centri di servizi;
- d) la disponibilità nelle immediate adiacenze di aree idonee all'insediamento delle attività connesse integrative e funzionali all'esercizio dei centri stessi;
- e) la vocazione merceologica complessa.

Art. 3

Mercati all'ingrosso e mercati all'ingrosso alla produzione

1. Sono mercati all'ingrosso le aree e le strutture destinate alla commercializzazione all'ingrosso dei prodotti elencati all'art. 1, alla concentrazione, alla conservazione e all'inoltro alle fasi distributive.

2. Sono mercati all'ingrosso alla produzione le aree e le strutture destinate prevalentemente a qualificare, promuovere e commercializzare le produzioni tipiche locali.

Art. 4

Indicazioni programmatiche

1. Il Consiglio regionale, su proposta della Giunta regionale, entro dodici mesi dall'entrata in vigore della presente legge, determina le indicazioni programmatiche, prevedendone altresì modalità di aggiornamento, relative:

- a) all'attribuzione della valenza nazionale, regionale e provinciale dei mercati e dei centri agro-alimentari all'ingrosso già esistenti;
- b) alle previsioni relative alla istituzione e all'ampliamento di mercati all'ingrosso e di centri agro-alimentari;
- c) alla definizione dei requisiti minimi degli stessi.

2. Con il provvedimento di cui al comma 1 il Consiglio regionale determina le modalità e i tempi per l'adeguamento dei mercati e dei centri agro-alimentari esistenti ai requisiti richiesti dalle indicazioni programmatiche, nonché le modalità e i tempi per la realizzazione di un sistema di rilevazione statistica dei prezzi, coordinato anche a livello regionale come previsto dalla normativa nazionale vigente.

Art. 5

Istituzione dei mercati all'ingrosso e dei centri agro-alimentari

1. L'iniziativa per l'istituzione dei mercati all'ingrosso e dei centri agro-alimentari spetta ai Comuni, alla città metropolitana e alle società consortili con partecipazione maggioritaria di capitale pubblico.

2. La Giunta regionale, sulla base delle indicazioni programmatiche, autorizza l'istituzione dei nuovi centri agro-alimentari e dei mercati all'ingrosso.

3. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato all'inoltro da parte del soggetto promotore:

- a) di un apposito piano economico-finanziario che dia conto dell'analisi del rapporto tra domanda ed offerta, dell'analisi dei costi e dei benefici, delle risorse finanziarie da investire, delle eventuali risorse imprenditoriali disponibili, delle caratteristiche economiche, patrimoniali e giuridiche dell'ente istitutore;
- b) di un progetto tecnico che illustri le caratteristiche urbanistiche e architettoniche dell'intervento e le caratteristiche funzionali della struttura, corredato della documentazione rilasciata dalle autorità competenti alla valutazione di impatto ambientale, quando richiesto dalle norme vigenti.

Art. 6

Forme di gestione dei centri agro-alimentari e dei mercati all'ingrosso

1. Gli enti istitutori provvedono alla gestione nell'ambito delle forme previste dall'art. 22 della Legge 8 giugno 1990, n. 142 (Ordinamento delle autonomie locali) e dall'art. 12 della Legge 23 dicembre 1992, n. 498 (Interventi

urgenti in materia di finanza pubblica).

2. Gli enti istitutori possono provvedere alla gestione unitaria dei centri agro-alimentari a mezzo di società per azioni e di società consortili per azioni.

Art. 7

Regolamento dei centri agro-alimentari e dei mercati all'ingrosso.

1. L'ente gestore del centro agro-alimentare o del mercato all'ingrosso, nel rispetto delle modalità convenute con l'ente istitutore e previo assenso dello stesso nei casi in cui l'ente gestore e l'ente istitutore siano due soggetti distinti, adotta il regolamento entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge, sentite le associazioni delle categorie interessate.

2. Il regolamento deve contenere disposizioni che disciplinino:

- a) l'agevolazione dell'afflusso delle derrate, la loro conservazione e commercializzazione;
- b) il contenimento dei costi di distribuzione dei prodotti;
- c) l'organizzazione dei servizi di trasporto, di movimentazione, di sosta e di conservazione dei prodotti. L'ente gestore provvede di regola direttamente a tutti i servizi di mercato. Nel caso di affidamento a terzi l'ente gestore può affidare la gestione dei servizi di mercato con prelazione a cooperative costituite tra gli esercenti dei servizi medesimi. Nei capitolati di appalto devono essere previsti:
 - 1) la valutazione delle capacità imprenditoriali del richiedente;
 - 2) l'entità dell'attività svolta;
 - 3) gli impianti di produzione, di lavorazione e confezione;
 - 4) la qualità dei servizi forniti;
 - 5) la gamma e la qualità dei prodotti trattati;
 - 6) il divieto di subappalto;
 - 7) l'applicazione a tutti gli addetti delle norme e dei trattamenti previsti dalle leggi e dagli accordi collettivi di lavoro;
- d) le modalità e i criteri per l'assegnazione dei magazzini di vendita, dei posteggi e degli altri spazi all'interno dei mercati;
- e) le modalità di organizzazione dei servizi igienico-sanitari, attinenti sia alle strutture che ai prodotti, di asportazione rifiuti ed imballaggi, tendenti al rispetto e alla salvaguardia dell'ambiente e della sicurezza ed igiene del lavoro;
- f) gli orari di funzionamento del mercato;
- g) le modalità per l'effettuazione delle rilevazioni statistiche e dei prezzi, per la loro utilizzazione e diffusione;
- h) le modalità per l'espletamento dei servizi di mercato;
- i) le modalità di nomina del direttore;
- l) i provvedimenti disciplinari e amministrativi;
- m) il pareggio del bilancio come obiettivo minimale. A tal fine ogni mercato deve avere un proprio bilancio ed una propria gestione contabile.

Art. 8

Direttore di Mercato

1. Ad ogni mercato è preposto un direttore, nominato dall'ente gestore secondo le norme stabilite dal regolamento, il quale sovrintende al regolare funzionamento del mercato e dei relativi servizi in osservanza alle disposizioni di legge, di regolamento e delle disposizioni interne dell'ente gestore.

Art. 9

Commissione di Mercato

1. Presso ogni mercato o centro agro-alimentare può essere istituita una apposita commissione presieduta dal Sindaco del Comune in cui ha sede il mercato o da un suo delegato nel caso di gestione in economia, o presieduta dal presidente dell'ente gestore o suo delegato per le altre forme di gestione.

2. Nel caso di istituzione della commissione di cui al comma 1, il regolamento di cui all'art. 7 ne stabilisce:

- a) la composizione, che può anche variare in funzione del settore e del tipo di gestione prescelta;
- b) la durata in carica dei membri;
- c) le funzioni e l'organizzazione dei lavori;
- d) il soggetto che sostiene le spese di funzionamento.

Art. 10

Venditori ed acquirenti

1. Sono ammessi al mercato i seguenti operatori interessati alle negoziazioni:

- a) venditori:
 - 1) i produttori singoli e associati;
 - 2) le cooperative di produttori e loro consorzi;
 - 3) le organizzazioni dei produttori di cui alla legge 27 luglio 1967, n. 622 (Organizzazione del mercato nel settore dei prodotti ortofrutticoli);
 - 4) i commercianti all'ingrosso, i commissionari, gli astatori;
 - 5) le imprese che provvedono alla lavorazione, trasformazione e conservazione dei prodotti.

Tali operatori, per essere ammessi al mercato, devono essere in possesso di apposito titolo o idonea documentazione rilasciati dall'ente gestore con esclusione dei produttori agricoli, che occasionalmente svolgono il commercio all'ingrosso all'interno dei mercati, i quali vengono ammessi entro il limite della disponibilità delle aree appositamente attrezzate;

b) acquirenti:

- 1) i commercianti all'ingrosso o loro incaricati espressamente delegati agli acquisti;
- 2) i mediatori e i mandatari iscritti negli appositi albi;
- 3) i commercianti al minuto;
- 4) le imprese che provvedono alla lavorazione, alla conservazione e alla esportazione dei prodotti;
- 5) le comunità, le convivenze, i gestori di alberghi, di ristoranti, di mense, di spacci aziendali e di altri pubblici esercizi e i rappresentanti delle loro associazioni economiche;
- 6) le cooperative di consumo e le loro associazioni economiche;
- 7) i gruppi d'acquisto e i loro consorzi;
- 8) i consumatori che sono ammessi agli acquisti negli orari con le modalità stabilite dall'ente gestore.

2. Gli astatori non possono esercitare per conto proprio, sia nel mercato che fuori, il commercio dei prodotti oggetto delle attività del mercato nel quale operano, nè possono svolgere il commercio suddetto per interposta persona.

3. Ai concessionari commissionari che svolgono la loro attività nel mercato sono corrisposti un compenso e una provvigione da stabilire con il conferente secondo le norme del codice civile. Gli enti gestori potranno promuovere modalità di verifica e regolamentazione del sistema dei compensi e provvigioni, anche attraverso accordi interprofessionali tra le associazioni interessate.

4. Le parti, d'intesa tra loro, predeterminano l'attribuzione delle spese relative alle operazioni di movimentazione e delle spese sostenute per rendere i prodotti rispondenti alle norme vigenti in materia di commercializzazione.

Art. 11

Vendita all'asta

1. La vendita dei prodotti può effettuarsi anche mediante asta pubblica, secondo le norme previste nel regolamento di cui all'art. 7.
2. Il corrispettivo spettante all'astatore è stabilito dall'ente gestore, sentita la commissione di mercato di cui all'art. 9.

Art. 12

Sala Contrattazioni e Borse Merci

1. Nell'ambito dei mercati all'ingrosso e dei centri agro- alimentari possono essere istituite sale di contrattazione e borse merci per la compravendita dei prodotti agro-alimentari in osservanza delle norme vigenti.

Art. 13

Norma transitoria

1. Fino alla costituzione degli organi della Città metropolitana l'iniziativa per l'istituzione dei mercati all'ingrosso e dei centri agro-alimentari spetta anche alla Conferenza metropolitana dei Sindaci.
2. Nel caso in cui ente promotore sia la Conferenza metropolitana dei Sindaci l'ente istitutore ai sensi degli art. 6 e 7 della presente legge è la Provincia che opera sentita la Conferenza metropolitana dei Sindaci.

Art. 14

Abrogazioni

1. Sono abrogati:
 - a) la L.R. 30 maggio 1975, n. 38 (Disciplina del commercio nei mercati all'ingrosso);
 - b) la L.R. 28 luglio 1982, n. 35;
 - c) l'art. 7 della L.R. 24 aprile 1995, n. 47.