

LEGGE REGIONALE 10 FEBBRAIO 1988, N. 21:

Norme per la disciplina dei mercati all'ingrosso.

Art. 1

(Definizione di mercati all'ingrosso)

La presente legge, in base a quanto previsto negli artt. 51 e 52 del D.P.R. 24 luglio 1977, n. 616, disciplina l'istituzione, il funzionamento e la gestione dei mercati all'ingrosso, nonché l'attività commerciale all'ingrosso, che si svolge nell'ambito dei previsti mercati.

Per mercati all'ingrosso debbono intendersi le aree delimitate ed attrezzate fornite di impianti e di servizi integrati gestite in modo unitario ed organizzate per lo svolgimento, da parte di una pluralità di forme, di operazioni commerciali all'ingrosso dei prodotti agro-alimentari, dei prodotti degli allevamenti avicunicoli, del bestiame e relative carni e dei prodotti della pesca, sia freschi che comunque conservati o trasformati, dei prodotti floricoli, delle piante e delle sementi, dei relativi articoli accessori, con l'osservanza delle disposizioni vigenti in materia sanitaria e commerciale.

Art. 2

(Finalità e classificazione dei mercati)

I mercati sono strutture di interesse pubblico aventi lo scopo di favorire la commercializzazione dei prodotti indicati nel precedente art. 1 in modo da garantire nel complesso, la rapidità e l'efficienza della redistribuzione delle merci, sviluppando la professionalità imprenditoriale, salvaguardando le componenti più deboli della produzione e del commercio, collegando il consumo con la produzione realizzando economie di scala per abbassare i costi generali.

Ai fini della presente legge i mercati si distinguono, in base alla loro influenza, in nazionali, regionali, e provinciali, che a loro volta possono essere suddivisi in:

- a) mercati alla produzione, ubicati in area di produzione concentrata o specializzata, i cui prodotti vengono prevalentemente offerti da produttori singoli o associati;
- b) mercati di distribuzione o di transito, in cui le organizzazioni di vendita e di acquisto sono effettuate prevalentemente da commercianti all'ingrosso ed i prodotti sono avviati ad una pluralità di centri di consumo o all'esportazione;
- c) mercati terminali o di consumo, in cui gli acquisti sono effettuati prevalentemente da commercianti al dettaglio.

Art. 3

(Piano regionale di sviluppo dei mercati all'ingrosso)

Al fine di favorire un corretto raccordo tra produzione e distribuzione, una razionale localizzazione ed una adeguata dimensione ed organizzazione dei mercati, in rapporto alle esigenze delle comunità locali, il Consiglio regionale, su proposta della Giunta, approva il piano regionale di sviluppo dei mercati all'ingrosso, sentiti i Comuni interessati, le Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura della regione, le rappresentanze regionali dell'Associazione Nazionale dei Comuni

(A.N.C.I.), delle Organizzazioni sindacali dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello nazionale e delle categorie interessate.

Il Piano di sviluppo dei mercati all'ingrosso che ha la durata di cinque anni, deve in particolare definire le ipotesi di insediamento dei mercati e dei livelli (nazionale, regionale, e provinciale).

Il Piano deve essere redatto tenuto conto dei mercati all'ingrosso esistenti nel territorio regionale.

I Comuni devono, entro un anno dall'approvazione del Piano, adeguare i loro strumenti urbanistici alle previsioni del Piano stesso e provvedere alla scelta delle aree.

Art. 4

(Commissione regionale)

Con procedimento della Giunta regionale, d'intesa con la Commissione consiliare competente, è istituita la Commissione regionale per i mercati all'ingrosso presieduta dal Componente la Giunta regionale preposto al Settore Commercio o suo delegato.

Tale Commissione è composta da:

- a) tre rappresentanti del Consiglio regionale, di cui uno della minoranza, scelti con voto limitato ad uno;
- b) due rappresentanti dei Comuni designati dall'A.N.C.I.;
- c) tre rappresentanti delle cooperative ed associazioni di produttori, rispettivamente per i servizi agricolo-alimentare, delle carni e dei prodotti ittici, designati dalle organizzazioni cooperative maggiormente rappresentative operanti in Abruzzo;
- d) tre rappresentanti dei produttori, rispettivamente per i servizi agricolo-alimentari, delle carni e dei prodotti ittici, designati dalle organizzazioni professionali degli agricoltori maggiormente rappresentative operanti in Abruzzo;
- e) quattro esperti in problemi della distribuzione scelti uno per provincia, fra i designati dalle organizzazioni dei commercianti, maggiormente rappresentative a livello nazionale, garantendone comunque la rappresentanza;
- f) un rappresentante delle imprese di trasformazione;
- g) un rappresentante delle cooperative o società di facchinaggio;
- h) tre rappresentanti dei lavoratori designati dalle organizzazioni sindacali nazionali maggiormente rappresentative;
- i) un rappresentante dei consumatori;
- l) due dipendenti regionali con qualifica, rispettivamente di "Dirigente del Servizio Commercio" e di "Dirigente del Servizio Urbanistico".

Le funzioni di segretario della Commissione sono esercitate da un dipendente della Regione con qualifica non inferiore alla VI.

La Commissione esprime pareri preventivi su tutte le materie riguardanti i mercati all'ingrosso oggetto di provvedimenti da parte degli organi regionali.

Le sedute sono valide con la presenza della maggioranza assoluta dei componenti. Le deliberazioni sono adottate con il voto della maggioranza dei presenti; in caso di parità prevale il voto del Presidente.

La Commissione dura in carica cinque anni.

Trascorsi quattro mesi dall'entrata in vigore della presente legge, la Commissione potrà essere costituita anche in mancanza della designazione di tutti i rappresentanti delle varie categorie interessate, purché sia stata fatta la richiesta di designazioni da oltre un mese e sia stato designato un numero di membri non inferiore alla metà più uno.

Ai membri della Commissione competono i gettoni di presenza, le indennità forfettarie di trasferta ed il rimborso delle spese di viaggio previsti dalle leggi regionali.

Art. 5

(Istituzione e gestione dei mercati)

La iniziativa per la istituzione dei mercati all'ingrosso dei prodotti di cui all'art. 1 della presente legge può essere assunta:

- a) dai Comuni o dalle Comunità Montane;
- b) da consorzi, società o altri enti costituiti fra Enti locali territoriali;
- c) da consorzi, società o altri enti costituiti fra: Enti locali territoriali, altri Enti pubblici e di diritto pubblico, associazioni e cooperative dei produttori e/o di operatori di mercato ed enti di diritto privato, con a partecipazione maggioritaria degli Enti pubblici e di diritto pubblico.

La Giunta regionale, sulla base delle indicazioni del Piano di cui all'art. 3, autorizza l'istituzione, l'ampliamento ed il trasferimento del mercato, sentita la Commissione di cui all'art. 4.

Le iniziative devono essere corredate dai relativi progetti tecnici di massima, comprensivi delle indicazioni dell'area di ubicazione degli impianti.

In attesa dell'approvazione del Piano regionale dei mercati all'ingrosso possono essere autorizzati soltanto gli ampliamenti seguendo le modalità previste dal comma precedente.

La costruzione dei mercati all'ingrosso può essere realizzata direttamente dai promotori dell'iniziativa o può essere affidata ad imprese, consorzi di imprese o raggruppamenti temporanei di imprese che abbiano sede legale nella regione e dotate di capacità adeguate all'importo dei lavori da eseguire.

La gestione è riservata agli stessi soggetti indicati nel primo comma del presente articolo.

Nel caso dei consorzi, questi possono deliberare l'affidamento della gestione del mercato ad uno degli organismi costituenti il consorzio. In questo caso i rapporti sono regolati da apposita convenzione, cui non si applica l'art. 5, commi quinto, sesto e settimo, della legge 25 marzo 1959, n. 125.

Alla gestione del mercato non può provvedersi mediante la concessione.

Per i mercati già istituiti alla data di entrata in vigore della presente legge, la gestione, nel caso sia affidata in concessione ad enti od organismi diversi, alla scadenza della concessione stessa deve essere assunta da uno dei soggetti previsti nel primo comma del presente articolo.

Qualora invece la gestione sia esercitata non in concessione e da organismi diversi da quelli previsti nel presente articolo, l'adeguamento gestionale deve avvenire entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge.

Per la gestione del mercato, l'organismo di gestione si avvale della Commissione consultiva di cui al successivo art. 6.

La vigilanza svolta dalla Commissione provinciale prevista all'art. 4, primo comma, della legge 23 marzo 1959, n. 125 sulla gestione e sui servizi ausiliari degli impianti pubblici di mercato è soppressa.

Gli organismi di gestione trasmettono al Settore Commercio della Regione una relazione annuale della gestione stessa.

Nei casi di irregolarità o di inefficienza del mercato, la Giunta regionale, sentite la competente Commissione consiliare e la Commissione di cui all'art. 4, può nominare un Commissario ad acta perché rimuova la irregolarità e ridia efficienza al mercato.

I Comuni, con deliberazione consiliare, possono prevedere la costituzione di una zona di protezione intorno al mercato per un raggio non superiore a tre chilometri entro la quale è proibita qualsiasi attività commerciale all'ingrosso dei prodotti trattati nel mercato.

Le aree contigue o prossime al mercato possono essere destinate dal Comune all'insediamento di attività complementari a quelle di mercato e finalizzate alle stesse funzioni, in quanto compatibili con le disposizioni della presente legge.

Art. 6

(Commissione di mercato).

Presso ogni mercato è istituita una Commissione di mercato nominata dal Comune competente per territorio.

Essa è presieduta dal Sindaco ove ha sede il mercato o da un suo delegato ed è così composta:

- a) due rappresentanti del Consiglio comunale ove ha sede il mercato, di cui uno della minoranza;
- b) quattro rappresentanti dell'organismo di gestione;

- c) due rappresentanti delle associazioni degli operatori commerciali designati dalle rispettive organizzazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale e operanti nella Regione;
- d) due rappresentanti designati dalle centrali cooperative più rappresentative a livello nazionale e operanti nella Regione;
- e) due rappresentanti designati rispettivamente dalle organizzazioni professionali dei coltivatori diretti, mezzadri e coloni più rappresentative a livello nazionale e operanti nella provincia ove ha sede il mercato;
- f) un rappresentante designato dalle organizzazioni sindacali più rappresentative a livello nazionale;
- g) il dirigente del servizio prevenzione igiene ambientale della U.L.S.S. competente per territorio.
- h) il veterinario della U.L.S.S. competente per territorio.

Delle Commissioni presso i mercati ittici fa parte anche un rappresentante dei pescatori.

Alle sedute di Commissione partecipa, senza diritto di voto, il direttore del mercato.

La Commissione dura in carica cinque anni e i suoi membri possono essere riconfermati.

La Commissione esprime pareri su tutte le materie riguardanti i mercati all'ingrosso oggetto di provvedimento da parte dell'ente gestore.

Le spese di funzionamento della Commissione di mercato sono a carico dell'ente gestore.

Art. 7

(Regolamento di mercato)

Il Consiglio regionale, su proposta della Giunta, entro un anno dall'entrata in vigore della presente legge, approva, sentiti gli enti e gli organismi di cui all'art. 3 e la Commissione di cui all'art. 4, il regolamento tipo sulle materie attinenti alla disciplina ed al funzionamento dei mercati all'ingrosso, che ha valore di direttiva.

I Comuni, nel cui territorio sono situati i mercati per il commercio all'ingrosso, adottano, su proposta degli organismi di gestione, i regolamenti di mercato, sulla base del regolamento tipo, prima dell'entrata in funzione dei mercati stessi, previa consultazione della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura competente per territorio, delle organizzazioni sindacali dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello nazionale e delle categorie interessate.

Per i mercati già istituiti, la modifica dei regolamenti esistenti dovrà avvenire entro un anno dalla pubblicazione del regolamento tipo, sentita la Commissione di cui all'art. 6.

Nel regolamento tipo devono, fra l'altro, essere previste norme relative:

- 1) ai criteri e alle modalità per l'assegnazione della concessione dei punti di vendita;
- 2) alla disciplina degli operatori e del personale da essi dipendente;

- 3) al calendario ed orario per le varie operazioni mercantili e per il funzionamento dei servizi;
- 4) alla nomina del direttore di mercato, alle sue attribuzioni, allo stato giuridico ed al trattamento economico;
- 5) alla regolamentazione del servizio di facchinaggio;
- 6) all'organizzazione ed alla disciplina dei servizi di mercato;
- 7) alla disciplina delle vendite con il sistema dell'asta;
- 8) alle modalità di svolgimento delle operazioni ed alle sanzioni disciplinari a carico dei contravventori della presente legge e del regolamento di mercato;
- 9) ad ogni altra materia attinente alla disciplina ed al funzionamento del mercato.

I regolamenti possono contenere norme integrative o derogative alle disposizioni del regolamento tipo ma non possono, comunque, contenere norme che ostacolano l'afflusso, la conservazione, l'offerta e la riduzione dei costi di distribuzione dei prodotti.

L'approvazione dei regolamenti di mercato, il potere di disporre l'introduzione nei regolamenti di mercato di nuove norme o modifiche, il potere di annullamento, totale o parziale del regolamento di mercato, così come previsti nelle leggi 11 aprile 1938, n. 611, e 25 marzo 1959, n. 125, sono soppressi.

Sono altresì soppressi le commissioni di mercato previste dalle medesime leggi di cui al precedente comma.

Art. 8

(Commercio all'ingrosso fuori mercato)

L'esercizio del commercio all'ingrosso fuori mercato dei prodotti indicati all'art. 1 della presente legge si svolge, agli effetti dell'art. 4, terzo comma, della legge-25 marzo 1959, n. 125, col rispetto di tutte le norme del regolamento del mercato all'ingrosso locale, comprese quelle relative al calendario ed all'orario delle operazioni mercantili, ad eccezione di quelle che attengono al funzionamento interno di esso.

Entro due anni dall'entrata in vigore della presente legge, tutti i Comuni, nel cui territorio non esistono mercati nei quali si svolge il commercio all'ingrosso dei prodotti di cui all'art. 1 della presente legge, disciplinano il commercio all'ingrosso di tali prodotti tenendo conto, agli effetti dell'art. 4, quarto comma, della legge 15 marzo 1959, n. 125, delle disposizioni contenute nel regolamento tipo ed in particolare per quanto riguarda:

- a) rilevazione dei prezzi e compilazione delle statistiche;
- b) vigilanza e controllo igienico-sanitario;
- c) calendario ed orario per le operazioni mercantili;
- d) merce in vendita;

e) commercializzazione dei prodotti, confezione dei colli e delle derrate, nonché relativamente ai mercati delle carni, assegnazione di carni alla bassa macelleria per motivi igienico sanitari;

f) strumenti di pesatura;

g) mezzi di trasporto.

Trascorso inutilmente il termine di cui al secondo comma, al commercio all'ingrosso dei prodotti indicati all'art. 1 si applicano le norme del regolamento tipo che non attengano al funzionamento interno del mercato.

Art. 9

(Abrogazione)

Cessa di avere applicazione nel territorio della regione ogni disposizione contraria o incompatibile con la presente legge.

Art. 10

(Urgenza)

La presente Legge è dichiarata urgente ed entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.

La presente Legge Regionale sarà pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione.

È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge della Regione Abruzzo.

Data a L'Aquila, addì 10 febbraio 1988.

MATTUCCI