



**Comune di Montevicchia**

**Provincia di Lecco**

# **REGOLAMENTO PER LO SVOLGIMENTO DEL MERCATO DEI PRODUTTORI AGRICOLI**

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale nr. \_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

## SOMMARIO

TITOLO I – DISPOSIZIONI GENERALI.....	4
Art. 1 – Istituzione del mercato.....	4
Art. 2 – Definizioni.....	4
Art. 3 – Finalità del mercato.....	5
Art. 4 – Soggetti ammessi alla vendita.....	6
Art. 5 – Funzioni di indirizzo.....	7
Art. 6 – Localizzazione, cadenza e organico.....	7
Art. 7 – Prodotti agricoli e modalità di vendita.....	8
Art. 8 – Valorizzazione del mercato ed incentivi.....	10
Art. 9 – Iniziative collaterali di promozione.....	10
Art. 10 – Modalità di cessazione, sospensione e revoca.....	12
Art. 11 – Subingresso.....	12
Art. 12 – Orari.....	13
Art. 13 – Prezzi.....	14
Art. 14 – Attrezzatura di vendita.....	14
Art. 15 – Modalità di vendita.....	15
Art. 16 – Obblighi degli operatori.....	15
Art. 17 – Pulizia del suolo pubblico.....	16
Art. 18 – Canone per l’occupazione di suolo pubblico.....	17
Art. 19 – Requisiti igienico-sanitari del mercato, delle attrezzature e del personale addetto al mercato.....	17
Art. 20 – Circolazione dei veicoli all’interno del mercato.....	18
TITOLO II – SANZIONI.....	18
Art. 21 – Vigilanza e sanzioni.....	18
TITOLO III ASSEGNAZIONE.....	19
Art. 22 Modalità di assegnazione.....	19
TITOLO IV – NORME TRANSITORIE E FINALI.....	20
Art. 23 – Norme transitorie e finali.....	20
Art. 24 – Entrata in vigore ed abrogazioni.....	20

## TITOLO I – DISPOSIZIONI GENERALI

### **Art. 1 – Istituzione del mercato**

1. È istituito un mercato riservato alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli ai sensi del D. Lgs. 18 Maggio 2001, n.228 e ss.mm.ii., dall'altì comma 1065 della Legge 27 Dicembre 2006, n.296 e ss.mm.ii. e del Decreto attuativo del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali del 20 Novembre 2007 e ss.mm.ii., denominato AGRIMERCATO-MERCATO DEI PRODUTTORI AGRICOLI E PICCOLI MANIPOLATORI/TRASFORMATORI.
2. La gestione del mercato e dei relativi spazi (previsti massimo 10 spazi) è di competenza dell'Amministrazione comunale e degli uffici preposti;
3. Il presente Regolamento, adottato a sensi dell'art.4 comma 3 del Decreto attuativo del Ministero delle Politiche Agricole alimentari del 20 Novembre 2007 e ss.mm.ii. e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n.301 del 29 Dicembre 2007 e ss.mm.ii., e in conformità alle indicazioni fornite dalla Direzione Agricoltura della Regione Lombardia con circolare n. MI2008.0025389 del 11/12/2008 e ss.mm.ii., regola le modalità di partecipazione al mercato e quelle di vendita ed è finalizzato alla valorizzazione della tipicità e della provenienza dei prodotti.
4. L'esercizio dell'attività di vendita all'interno del mercato non è assoggettato alla disciplina sul commercio, salvo quanto previsto dall'art.4, comma 8 del D. Lgs. 228/2001 e ss.mm.ii., ferma restando la necessità di rispettare le vigenti disposizioni in materia di esposizione dei prezzi, vendita a peso netto, strumenti di pesatura.
5. La partecipazione al mercato agricolo è subordinata al rispetto da parte delle aziende delle normative vigenti in materia igienico-sanitaria, ambientale, di sicurezza alimentare, di sicurezza sui luoghi di lavoro, degli adempimenti in materia fiscale e contabile, nonché delle norme a tutela dei consumatori.
6. Ogni azienda partecipante al mercato assume la piena responsabilità dei prodotti posti in vendita e delle informazioni rese al pubblico.

### **Art. 2 – Definizioni**

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:
  - a. imprenditore agricolo: quello previsto dall'art. 2135 del codice civile e art. 32 TUIR e ss.mm.ii.;
  - b. impresa agricola: l'impresa conduttrice un'azienda agricola avente sede produttiva nell'ambito territoriale;

- c. ambito territoriale: articolazione del territorio regionale, con priorità al Comune di Montevecchia e ai Comuni del Parco Regionale di Montevecchia e della Valle del Curone e, comunque con sede entro 15 km da Montevecchia.

### **Art. 3 – Finalità del mercato**

1. Le finalità del mercato dei produttori agricoli e dei piccoli trasformatori di cui al presente titolo sono:
  - a. Promozione e appoggio in favore delle aziende del territorio comunale e di quello immediatamente limitrofo.
  - b. Promuovere lo sviluppo di mercati in cui gli imprenditori agricoli, nell'esercizio dell'attività di vendita diretta, potranno soddisfare le esigenze dei consumatori in ordine all'acquisto di prodotti agricoli che abbiano un diretto legame con le aziende e relativo territorio di produzione.
  - c. Promuovere l'attività di vendita nell'interesse di imprese agricole operanti nell'ambito territoriale del mercato, che si impegnino a rispettare precisi requisiti di qualità e di trasparenza.
  - d. Sostenere lo sviluppo della "filiera corta" del prodotto agroalimentare del territorio e del prodotto "a chilometro zero", incentivando il consumo di prodotti locali e stagionali e favorendo il giusto rapporto qualità/prezzo.
  - e. Promuovere il valore della stagionalità dei prodotti locali, in quanto strettamente connessa alla salubrità degli alimenti, garantendo l'acquisto di merce fresca e di stagione.
  - f. Consentire la tracciabilità del prodotto e quindi la garanzia della sua provenienza dal territorio, favorendo la trasparenza delle indicazioni riguardanti le caratteristiche organolettiche, la qualità e genuinità dei prodotti, la stagionalità, la tipicità, il mantenimento della biodiversità, la sostenibilità e salubrità del processo produttivo.
  - g. Favorire, attraverso la "filiera corta" e l'eliminazione dei vari intermediari, il contenimento del prezzo di vendita al dettaglio, con l'impegno di un giusto guadagno per il produttore e di un risparmio per il consumatore.
  - h. Ridurre i tempi di trasporto delle merci con benefici sia per l'ambiente che per la sicurezza stradale.
  - i. Promuovere azioni di educazione alimentare e di orientamento ai consumi, affermando il valore culturale del cibo, inteso come espressione di identità e di

storia.

#### **Art. 4 – Soggetti ammessi alla vendita**

1. Sono ammessi alla vendita gli imprenditori agricoli e i piccoli trasformatori di cui all'art. 2135 del Codice civile iscritti nel registro delle imprese tenuto dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, comprese le cooperative agricole e i loro consorzi. In particolare, sono ammesse le aziende che rispettino le seguenti caratteristiche:
  - a. possesso dei requisiti previsti all'art. 1 ed all'art. 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001 n. 228 e ss.mm.ii.;
  - b. avere l'ubicazione dell'azienda agricola nell'ambito territoriale amministrativo di Regione Lombardia, il tutto come meglio definito all'art. 2 comma 1 lettera C del presente regolamento, ovvero con priorità alle attività produttive aventi sede nel Comune di Montevecchia e ai Comuni del Parco Regionale di Montevecchia e della Valle del Curone e, comunque, con sede entro 15 km da Montevecchia.
2. È consentita, in via temporanea e del tutto residuale rispetto al numero complessivo dei partecipanti, la partecipazione di soggetti di cui al comma precedente aventi l'ubicazione dell'azienda agricola al di fuori dell'ambito territoriale amministrativo indicato, esclusivamente per la vendita di prodotti di stagione tipici della propria regione.
3. L'attività di vendita diretta all'interno del mercato agricolo è esercitata dai titolari, ovvero dai soci in caso di società agricola e di quelle di cui all'art. 1094 della Legge 27 Dicembre 2006, n. 296 e ss.mm.ii., dai relativi familiari coadiuvanti, nonché dal personale dipendente di ciascuna impresa tutti in regola con gli obblighi amministrativi, fiscali, previdenziali e assistenziali.
4. Come previsto dall'art. 4 comma 6 del D.Lgs. 18 maggio 2001 n. 228, non possono partecipare al mercato gli imprenditori agricoli, singoli o soci di società di persone e le persone giuridiche i cui amministratori abbiano riportato, nell'espletamento delle funzioni connesse alla carica ricoperta nella società, condanne con sentenza passata in giudicato, per delitti in materia di igiene e sanità o di frode nella preparazione degli alimenti nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, Il divieto ha efficacia per un periodo di cinque anni dal passaggio in giudicato della sentenza di condanna.
5. L'esercizio dell'attività non è consentito agli imprenditori agricoli nei cui confronti sussistano le cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della Legge 31 maggio 1965, n. 575 (Disposizioni contro la mafia).

#### **Art. 5 – Funzioni di indirizzo**

1. Le funzioni di indirizzo delle attività svolte nell'ambito del mercato sono di competenza della Giunta Comunale con apposita delibera.
2. Le funzioni di indirizzo riguardano in modo particolare i criteri relativi a:
  - a. le modalità organizzative e gestionali del mercato;
  - b. la validazione delle domande di partecipazione degli operatori;
  - c. l'organizzazione di iniziative promozionali e collaterali;
  - d. la tutela dell'immagine dell'iniziativa;
  - e. il controllo della qualità delle produzioni e dei prezzi;
  - f. relazione con il soggetto gestore del mercato.

#### **Art. 6 – Localizzazione, cadenza e organico**

1. Il mercato riservato alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli e piccoli trasformatori si svolge con cadenza settimanale, nel giorno di sabato, nell'area adiacente al polo scolastico di via del Fontanile e più precisamente nella zona dedicata al campo di basket/volley, dalle ore 7.30, orario previsto di ingresso ed allestimento, alle ore 13.00. La scelta di quest'area è dettata dalla predisposizione nella stessa di strutture certificate quali allacciamenti elettrici e idrici. È onere del fruitore provvedere all'allacciamento dal pozzetto elettrico alla propria postazione, con tutte le accortezze di sicurezza (es. copri cavi), manlevando l'Amministrazione comunale da qualsivoglia responsabilità.
2. L'esatta dislocazione dei posteggi all'interno dell'area marcatale e la loro dimensione saranno stabiliti dal responsabile del settore competente ovvero la Polizia Locale, sentite le associazioni di categoria, in relazione al numero degli operatori ammessi e alle esigenze legate alle tipologie dei prodotti e delle attrezzature, tenendo conto anche della necessità di allacciamento alla rete elettrica (come da planimetria allegata al presente regolamento).
3. Compatibilmente con gli spazi disponibili, i posteggi dovranno avere dimensioni il più possibile omogenee tra loro e non superiori, comunque, a ml 6,00 x ml 5,00 = mq. totale 30,00.
4. Ogni imprenditore agricolo, comprese le cooperative di imprenditori agricoli e i loro consorzi, potrà essere titolare di un solo posteggio.

#### **Art. 7 – Prodotti agricoli e modalità di vendita**

1. Possono essere posti in vendita prodotti freschi oppure ottenuti a seguito di attività di manipolazione o trasformazione che abbiano le seguenti caratteristiche:

- a. provenire da coltivazioni o allevamenti dell'ambito territoriale della Regione Lombardia, oppure delle Province extraregionali immediatamente limitrofe;
- b. provenire dalla propria azienda o dall'azienda dei soci imprenditori agricoli, dell'ambito territoriale di cui al precedente punto;
- c. essere conformi alla disciplina in materia di igiene degli alimenti;
- d. i prodotti trasformati dovranno essere etichettati, nel rispetto della disciplina in vigore per i singoli prodotti e con l'indicazione del luogo di origine. Nel caso di prodotti trasformati, l'imprenditore agricolo deve dimostrare, attraverso apposita documentazione fiscale, l'origine della propria materia prima. Non sono ammesse operazioni di trasformazione dei prodotti durante il mercato salvo durante le giornate di iniziative collaterali di promozione come disciplinate dall'art. 9 di codesto Regolamento.
- e. Conservazione dei prodotti: l'imprenditore agricolo si impegna a non effettuare trattamenti con principi attivi di sintesi per la conservazione del prodotto nel periodo successivo alla raccolta.
- f. Imballaggio: l'imprenditore agricolo si impegna ad adottare modalità operative tese a ridurre in peso ed in volume gli imballaggi, ad utilizzare materiali facilmente riciclabili, a favorire l'utilizzo di imballaggi riutilizzabili, riciclabili e compostabili ove possibile; dovrà essere privilegiato nel rapporto con la clientela l'uso di sacchetti di carta, di materiale a basso impatto ambientale o totalmente riciclabile. I prodotti esposti per la vendita devono recare in modo chiaro e leggibile il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo. In caso di vendita promiscua, lo spazio espositivo deve essere organizzato in modo da separare o evidenziare, con idonei strumenti comunicativi, i prodotti con marchi di qualità inerenti la tipicità (DOP – IGP), i prodotti da agricoltura biologica, i vini DOC o DOCG, eventuali specifici marchi aziendali di prodotto. Considerate le finalità di promozione e valorizzazione dei prodotti tipici del territorio, è garantita al consumatore, mediante la selezione degli imprenditori agricoli presenti sull'area di vendita, l'offerta più ampia possibile di prodotti locali, in base alla stagionalità, nell'ambito delle seguenti merceologie ammesse, a titolo esemplificativo e non esaustivo:
  - vino e distillati
  - salumi e carne

- prodotti da forno e pane
- latte e derivati
- miele e derivati
- prodotti trasformati
- frutta e derivati
- verdure e derivati
- riso
- olio e derivati
- cereali
- pesci
- piante e fiori
- zafferano
- cosmesi
- birra

E' fatto espresso divieto di vendere, detenere per la vendita o esporre animali vivi.

2. È prevista la facoltà di vendere al dettaglio non solo i prodotti agricoli della propria azienda, ma anche diversi prodotti acquistati da altri imprenditori, all'unica condizione che il fatturato generato dalla cessione delle proprie produzioni risulti in ogni caso 'prevalente' rispetto al fatturato relativo all'acquisto di altri prodotti agroalimentari.
3. Qualora l'ammontare dei ricavi derivanti dalla vendita dei prodotti non provenienti dalle rispettive aziende nell'anno solare precedente sia superiore a 160.000 euro per gli imprenditori individuali ovvero a 4 milioni di euro per le società, l'attività rientra nell'ambito delle attività commerciali subentrando il D.Lgs. 114/1998 che regola tale esercizio.
4. In conformità a quanto previsto dall'articolo 34 del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214 e ss.mm.ii., nell'ambito dell'esercizio della vendita diretta è consentito il consumo immediato dei prodotti oggetto di vendita, utilizzando i locali e gli arredi nella disponibilità dell'imprenditore agricolo, con l'esclusione del servizio assistito di somministrazione e con l'osservanza delle prescrizioni generali di carattere igienico-sanitario.
5. È, altresì, consentita la partecipazione ai mercati contadini da parte di cooperative, comunità,

enti, organizzazioni di volontariato, regolarmente riconosciuti dal Ministero competente, operanti anche al di fuori dell'ambito regionale, al fine di favorire la vendita dei prodotti, naturali o trasformati, derivanti dalla coltivazione dei terreni confiscati o sequestrati ai sensi della Legge 109/96 e ss.mm.ii..

#### **Art. 8 – Valorizzazione del mercato ed incentivi**

1. Contestualmente all'attività di vendita nel mercato agricolo possono essere effettuate anche attività culturali, didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari, ai cicli di lavorazione e trasformazione dei prodotti o materie prime, alla creazione e manutenzione degli attrezzi, al riutilizzo delle materie prime secondarie e di quei materiali definiti “poveri” od “alternativi”.
2. Si potranno anche attuare interventi per divulgare e valorizzare aspetti tradizionali ed artigianali tipici del territorio rurale di riferimento oppure di altre regioni italiane, attraverso scambi e sinergie, aventi sempre il fine di far conoscere nuovi prodotti o diversificando i comportamenti alimentari per il miglioramento della salute umana e introducendo nuove tendenze gastronomiche-culinarie.
3. Particolare attenzione ed incentivi potranno essere messi in atto per favorire il commercio dei prodotti tipici lombardi e dei prodotti derivanti da coltivazioni biologiche.

#### **Art. 9 – Iniziative collaterali di promozione**

1. All'interno del mercato agricolo, oltre alla vendita dei prodotti, gli operatori concessionari di stallo possono organizzare, anche singolarmente, le seguenti iniziative collaterali:
  - a. degustazione di prodotti e abbinamenti culinari tipici del territorio, nel rispetto delle vigenti disposizioni igienico-sanitarie;
  - b. presentazione dei prodotti in vendita e/o dell'azienda di produzione, con l'utilizzo di mezzi audiovisivi, purché il livello sonoro non sia tale da recare disturbo al pubblico o agli altri operatori;
  - c. predisposizione di schede o pannelli di presentazione dell'azienda e dei prodotti, con indicazione dei periodi di reperibilità e dei relativi prezzi;
  - d. attività culturali, didattiche e dimostrative sui prodotti agricoli tradizionali del territorio di riferimento, anche attraverso sinergie e scambi con altri mercati autorizzati. Limitatamente a tali occasioni, potrà essere consentita la partecipazione anche di altre categorie di operatori economici (artigiani e commercianti), la cui attività sia legata alle caratteristiche del mercato o dell'iniziativa particolare

2. Il Comune e gli altri soggetti, pubblici e privati, che operano nel campo, possono organizzare iniziative collaterali nell'ambito del mercato, e al di fuori degli spazi riservati agli espositori, per:
  - a. promuovere i prodotti tipici e quelli a denominazione comunale;
  - b. sostenere l'attività dei trasformatori locali, ovvero di tutte quelle attività artigianali di trasformazione di materia prima alimentare locale e che promuovono la tipicità della lavorazione (produzione di salumi, prodotti dolciari e della panificazione, prodotti carnei, trasformati vegetali, gastronomia e produzione di pasta fresca).
3. Il programma delle iniziative collaterali è definito dall'Amministrazione comunale, sulla base delle proposte ricevute, sentite le Associazioni di categoria interessate.
4. Qualora le iniziative coinvolgano l'intero mercato, la partecipazione degli operatori è obbligatoria.
5. Per il perseguimento delle finalità di cui all'art.2, e per diffondere la conoscenza del mercato e, quindi, dei prodotti locali, l'Amministrazione comunale, anche in collaborazione con le Associazioni degli imprenditori agricoli, potrà:
  - a. realizzare iniziative di comunicazione, per pubblicizzare l'attività del Mercato agricolo;
  - b. realizzare un logo identificativo del Mercato agricolo di Montevercchia;
  - c. effettuare indagini per rilevare il gradimento dei cittadini e raccoglierne i suggerimenti.

#### **Art. 10 – Modalità di cessazione, sospensione e revoca**

1. Gli imprenditori agricoli potranno sospendere la partecipazione al mercato solo per le seguenti motivazioni:
  - a. decesso del titolare o gravi impedimenti familiari debitamente documentati;
  - b. cessazione dell'attività agricola;
  - c. cessazione o insufficienza stagionale della produzione agricola;
  - d. motivi di salute o altre cause debitamente motivate.
2. La sospensione dell'attività va comunicata tramite pec all'Amministrazione comunale, con preavviso di almeno 10 giorni, salvo eventi imprevedibili.
3. L'operatore che intende cessare la partecipazione al mercato agricolo deve comunicarlo tramite pec all'Amministrazione comunale con un preavviso di almeno 30 giorni;
4. L'Amministrazione Comunale potrà sospendere o revocare la concessione di posteggio nei casi previsti dal seguente art. 21.

#### **Art. 11 – Subingresso**

1. A seguito di trasferimento dell'azienda agricola per atto fra vivi o a causa di morte, la titolarità del posteggio è trasferita al subentrante, purché in possesso dei requisiti di cui agli artt. 3 e 4.
2. Il subentrante è comunque tenuto a comprovare l'effettivo trasferimento dell'azienda.

#### **Art. 12 – Orari**

1. Il mercato agricolo si svolgerà, di norma, nella sola fascia mattutina, così come previsto dal predetto art. 6.
2. Gli orari da osservare per l'attività di vendita, per l'accesso e lo sgombero dell'area, potranno essere modificati dal Sindaco mediante Ordinanza.
3. In occasione di particolari festività e di manifestazioni promozionali, culturali o turistiche, e/o delle iniziative collaterali di cui all'art.9, l'attività del mercato potrà essere prolungata anche nelle ore pomeridiane e serali, in accordo con le parti.
4. Salvo giustificato motivo, le aziende partecipanti al mercato non potranno smontare la propria struttura o lasciare il posteggio prima dell'orario stabilito.
5. Il mercato si potrà svolgere nelle festività, previa richiesta scritta da parte del gestore del mercato, da effettuarsi entro 60 gg prima la festività stessa.
6. L'Amministrazione comunale può inoltre disporre la sospensione del mercato, con dovuta comunicazione anticipata, in occasione di manifestazioni al fine di garantire l'ordine e sicurezza pubblica.
7. La sospensione del mercato può essere anche disposta, per brevi periodi, quando, a causa della diminuzione o della mancanza della produzione agricola stagionale, non sia garantita la presenza di un sufficiente numero di operatori.
8. L'Amministrazione comunale potrà, a propria discrezione e sentite le parti, sospendere l'attività in caso di maltempo.

#### **Art. 13 – Prezzi**

1. Gli operatori sono tenuti ad esporre in modo chiaro e visibile il prezzo di vendita dei prodotti, fornendo anche sulle etichette, o con appositi cartelli, indicazioni in lingua italiana, che facilitino la comprensione da parte del consumatore delle caratteristiche del prodotto.
2. L'Amministrazione comunale potrà effettuare rilevazioni periodiche sul prezzo di vendita dei prodotti, al fine di verificare che il mercato risponda all'obiettivo di garantire un concreto risparmio economico ai consumatori.

3. Nell'ambito del monitoraggio di cui al comma 2, l'Amministrazione comunale potrà richiedere agli operatori la presentazione del listino dei prezzi di vendita dei loro prodotti.
4. L'operatore che applichi prezzi non coerenti con gli obiettivi di cui al comma 2 e con le finalità del mercato potrà incorrere nelle sanzioni di cui al successivo art.21 comma 6.

#### **Art. 14 – Attrezzatura di vendita**

1. Nell'ambito del mercato, sono ammesse le seguenti strutture di vendita:
  - a. banco con gazebo o attrezzatura similare;
  - b. automarket o rimorchi attrezzati.
2. Le strutture dovranno essere idonee all'uso, decorose, pulite e il più possibile omogenee fra loro per forma e colore. Queste dovranno rispettare la normativa vigente.
3. Il banco di vendita dovrà avere, forma e dimensioni che consentano uno svolgimento ottimale delle operazioni di commercializzazione e la migliore esposizione del prodotto ed essere dotato di contenitori per la raccolta di rifiuti.
4. È consentita esclusivamente l'esposizione, all'interno dello spazio concesso, di insegne, marchi e simboli sociali, nonché l'installazione di elementi a bandiera, con l'identificazione dell'azienda agricola e del nome del produttore, al solo scopo di informare i consumatori sulla provenienza dei prodotti, e purché il loro impatto visivo sia il più contenuto possibile.
5. Gli automezzi potranno essere parcheggiati all'interno del posteggio concesso, salvo diversa decisione degli Agenti di Polizia Locale per ragioni di sicurezza, incolumità ed ordine pubblico.

#### **Art. 15 – Modalità di vendita**

1. L'attività di vendita all'interno del mercato deve essere esercitata dal titolare dell'impresa, ovvero dai soci in caso di società o cooperativa agricola, dai familiari coadiuvanti o dal personale dipendente regolarmente assunto da ciascuna azienda.
2. Ogni operatore dovrà esporre un cartello ben visibile con l'indicazione della denominazione dell'azienda agricola, del settore di appartenenza (ortofrutticolo, florovivaistico, lattiero caseario, zootecnico, etc.) e della località da cui proviene.
3. Le imprese che applicano metodi di produzione biologica conformi alla regolamentazione comunitaria devono esporre l'attestazione di certificazione biologica rilasciata dall'organismo preposto al controllo.
4. In caso di vendita promiscua lo spazio espositivo deve essere organizzato in modo da separare o evidenziare, con idonei strumenti comunicativi, i prodotti con marchi di qualità (DOP-IGP), i prodotti di agricoltura biologica, i vini DOC o DOCG ed eventuali specifici marchi

aziendali di prodotto.

5. I prodotti offerti in vendita, quando possibile e senza che ciò rechi pregiudizio alcuno all'attività produttiva, devono essere pesati a mezzo di strumenti di pesatura omologati e soggetti a revisione periodica; tali strumenti devono essere collocati frontalmente agli acquirenti, in modo che gli stessi possano controllare l'esattezza delle operazioni di pesatura.

#### **Art. 16 – Obblighi degli operatori**

1. Gli operatori sono tenuti a:
  - a. mantenere pulito il banco di vendita e curarne l'allestimento, sia per quanto riguarda l'esposizione delle merci, sia per quanto concerne i contenitori e le attrezzature destinati al trasporto o alla conservazione, in modo da valorizzare i prodotti ed assicurare una corretta e trasparente informazione ai consumatori;
  - b. non occupare spazi diversi o ulteriori rispetto a quelli concessi;
  - c. non manomettere il suolo pubblico, salvo specifica autorizzazione;
  - d. garantire che la merce in vendita sia esposta in contenitori privi di loghi e marchi diversi da quelli della propria azienda, salvo che rientri nella fattispecie di cui all'art.7 comma 3.
  - e. dare ampia visibilità ai prodotti insigniti dei marchi di qualità (DOP, IGP, DOC, DOCG) oltre alle produzioni biologiche e ai marchi aziendali di prodotto e processo;
  - f. fare uso di attrezzature e vestiario adeguati e di materiali idonei, con particolare riguardo al rispetto della normativa sulla sicurezza del lavoro;
  - g. alla chiusura eliminare la pattumiera prodotta.
2. Prima di iniziare l'attività, ogni operatore dovrà presentare la comunicazione di cui all'art. 4 comma 4 del D.Lgs. 18 Maggio 2001, n.228; copia della stessa dovrà essere esposta nel posteggio assegnato.

#### **Art. 17 – Pulizia del suolo pubblico**

1. Al termine di ogni mercato, gli operatori dovranno lasciare il proprio posteggio e le zone immediatamente circostanti completamente sgombre e pulite. I rifiuti prodotti dovranno essere smaltiti da ciascun operatore.
2. Al fine di contenere i rifiuti, e tutelare l'ambiente, i sacchetti della spesa distribuiti ai clienti dovranno essere di carta o altro materiale biodegradabile.
3. Ai trasgressori saranno comminate le sanzioni pecuniarie e accessorie previste dal

**Art. 18 – Canone per l'occupazione di suolo pubblico**

1. Ogni operatore assegnatario di posteggio è tenuto al pagamento del canone di occupazione di suolo pubblico, con le modalità e secondo le tariffe vigenti, approvate annualmente dalla Giunta Comunale.

**Art. 19 – Requisiti igienico-sanitari del mercato, delle attrezzature e del personale addetto al mercato**

1. I mercati agricoli di vendita diretta devono essere conformi alle norme igienico-sanitarie di cui al regolamento 852/2004 CE del Parlamento e del Consiglio del 29 aprile 2004, di tutte le normative specifiche in vigore e, per quanto compatibili dei vigenti regolamenti comunali di Igiene.
2. Le persone direttamente addette alla vendita dei prodotti alimentari e al contatto con questi devono essere in possesso dei requisiti di idoneità sanitaria previsti alle disposizioni vigenti.
3. Gli imprenditori agricoli dovranno altresì provvedere agli adempimenti previsti dal regolamento 852/2004 CE e dagli artt. 18 e 19 del regolamento 178/02 CE relativi alla tracciabilità e misure di sicurezze alimentari.
4. Le strutture per la vendita di alimenti debbono essere situate, progettate e costruite, nonché mantenute pulite e sottoposte a regolare manutenzione in modo tale da evitare rischi di contaminazione, in particolare da parte di animali e di intrusione di animali infestanti.
5. In particolare, ove necessario, devono essere rispettate le disposizioni che seguono:
  - a. le superficie in contatto col cibo devono essere in buone condizioni, facili da pulire e, se necessario, da disinfettare; devono essere composti da materiali lisci, lavabili, resistenti alla corrosione e non tossici, a meno che gli operatori alimentari non dimostrino all'autorità competente che altri materiali utilizzati sono adatti allo scopo;
  - b. devono essere previste opportune misure per la pulizia e, se necessario, la disinfezione degli strumenti di lavoro e degli impianti;
  - c. laddove le operazioni connesse al settore alimentare prevedano il lavaggio degli alimenti, occorre provvedere affinché esso possa essere effettuato in condizioni igieniche adeguate;
  - d. deve essere disponibile un'adeguata erogazione d'acqua potabile calda e/o fredda;
  - e. devono essere disponibili attrezzature e impianti appropriati per il deposito e

l'eliminazione in condizioni igieniche di sostanza pericolose o non commestibili, nonché dei rifiuti (liquidi o solidi);

- f. devono essere disponibili appropriati impianti o attrezzature per mantenere e controllare, adeguate, condizioni di temperatura dei cibi;
- g. i prodotti alimentari devono essere collocati in modo da evitare, per quanto ragionevolmente possibile, i rischi di contaminazione;
- h. per la vendita di alimenti deperibili sia sfusi che confezionati, tutti i punti vendita dovranno essere provvisti di vetrine espositrici e di utensili in grado di garantire la necessaria protezione, conservazione, nonché separazione tra i diversi prodotti;
- i. tutte le unità di vendita ambulante dovranno essere protette dagli agenti atmosferici mediante tensostruttura o altri mezzi idonei, impermeabili e debordante dal profilo esterno dei banchi di almeno metri 1;
- j. l'area mercatale deve essere provvista di colonnine o di altri dispositivi di fornitura di energia elettrica per alimentare le attrezzature di conservazione degli alimenti deperibili detenute/vendute dagli imprenditori agricoli.

#### **Art. 20 – Circolazione dei veicoli all'interno del mercato**

1. Le assegnazioni dei posteggi devono essere effettuate compatibilmente con la necessità di assicurare il passaggio dei mezzi di emergenza e di pronto intervento, garantendo le vie di uscita in caso di emergenze.
2. Gli operatori devono agevolare il transito nel caso in cui uno di loro, eccezionalmente, debba abbandonare lo spazio assegnato prima dell'orario stabilito.

#### **TITOLO II – SANZIONI**

##### **Art. 21 – Vigilanza e sanzioni**

1. L'attività di vigilanza del mercato agricolo di vendita diretta è esercitata prioritariamente dagli agenti della Polizia Locale, che potranno, altresì, effettuare attività ispettive e di polizia amministrativa (ai sensi della Legge 24 Novembre 1981, n.689 e ss.mm.ii). La vigilanza igienico-sanitaria è attribuita all'Azienda Sanitaria Locale territorialmente competente.
2. Per le verifiche sulla provenienza e le caratteristiche dei prodotti, qualora si rendano necessarie specifiche conoscenze, l'Amministrazione comunale potrà avvalersi della collaborazione delle Associazioni di categoria del settore agricolo o di esperti della materia, e/o rivolgersi, a seconda dei casi, all'ASL, ai NAS e al Corpo Forestale dello Stato.
3. Indipendentemente dall'eventuale azione penale o civile e dalle sanzioni amministrative

previste dalle leggi vigenti e da quelle di cui al successivo comma 6, le infrazioni alle disposizioni del presente regolamento, in ragione della loro gravità e dell'eventuale recidiva, ovvero di reiterate violazioni commesse anche in tempi diversi, comportano l'adozione dei seguenti provvedimenti:

- a. diffida scritta;
  - b. sospensione della concessione di posteggio, fino a 5 giornate, dopo l'accertamento di una violazione del presente Regolamento;
  - c. revoca della concessione di posteggio, nei seguenti casi:
    - i. assenza ingiustificata a 10 mercati nell'arco dell'anno solare;
    - ii. quando siano state comminate due sospensioni del presente Regolamento;
  - d. mancato pagamento di canoni e/o tributi dovuti.
- 4.** La perdita dei requisiti di cui all'art. 3 comporta la decadenza della titolarità del posteggio.
- 5.** Per quanto riguarda le procedure relative all'accertamento ed all'irrogazione delle sanzioni si applicano le disposizioni contenute nella legge 24/11/1981, n.689 e ss.mm.ii., nonché nel D. Lgs. 18/08/2000, n.267 e ss.mm.ii..
- 6.** L'inosservanza delle disposizioni contenute nel presente regolamento, per le quali non disponga la legge, è punita con la sanzione amministrativa graduata da un minimo di € 25,00 (Euro venticinque/00) fino ad un massimo di € 500,00 (Euro cinquecento/00).

### TITOLO III – ASSEGNAZIONE

#### **Art. 22 - Modalità di assegnazione**

- 1.** Gli imprenditori agricoli, singoli o associati, che intendono partecipare al mercato agricolo devono inviare all'Amministrazione comunale specifica richiesta, contenente:
  - Le proprie generalità e documento di identità del richiedente;
  - Gli estremi di indicazione nel registro delle imprese con visura camerale aggiornata;
  - DURC
  - Carta di esercizio
  - L'indicazione della sede legale e di quella operativa e produttiva;
  - La tipologia di prodotto che intendono porre in vendita;
  - Le dimensioni del posteggio richiesto;
  - Le garanzie di legge previste per la produzione, conservazione ecc del prodotto.

- Le modalità di organizzazione che favoriscono la tutela dell'ambiente;
- L'eventuale previsione di attività collaterale al mercato di cui all'art. 9
- La garanzia che gli addetti alla vendita siano i titolari o relativi familiari coadiuvanti, i soci o dipendenti;
- L'impegno a porre in vendita prodotti agricoli derivanti dalla propria azienda o da aziende di soci imprenditori agricoli, anche ottenuti tramite manipolazione o trasformazione;
- L'impegno a porre in vendita prodotti ottenuti nell'ambito territoriale del mercato e di prodotti stagionali.

Nella domanda dovrà autocertificare, con le modalità previste dalle normative vigenti, i seguenti requisiti:

- Legge antimafia
- Possesso della qualifica di imprenditore agricolo professionale;
- Possesso di certificazioni di qualità, corsi di formazione

La presentazione della richiesta implica l'integrale accettazione delle condizioni del presente regolamento.

I posteggi saranno assegnati a discrezione dell'Amministrazione comunale e dagli uffici comunali preposti fino ad esaurimento delle disponibilità.

#### TITOLO IV – NORME TRANSITORIE E FINALI

##### **Art. 23 – Norme transitorie e finali**

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento si richiamano tutte le disposizioni contenute nelle leggi speciali in materia.

##### **Art. 24 – Entrata in vigore ed abrogazioni**

1. Il presente Regolamento entra in vigore ai sensi dello Statuto Comunale subito alla data di esecutività della Deliberazione di Consiglio Comunale di approvazione e da tale data sostituisce gli eventuali Regolamenti precedenti approvati ed ogni ulteriore atto in contrasto con lo stesso.

Si allega planimetria degli spazi da assegnare

