



**Città di Tortona**  
Provincia di Alessandria

**ADEGUAMENTO DEL REGOLAMENTO COMUNALE  
DI POLIZIA LOCALE AI SENSI DELLA  
LEGGE REGIONALE 12 NOVEMBRE 1999, N. 28,  
IN RELAZIONE ALL'ART. 6, COMMA 5  
DEL DECRETO LEGISLATIVO 31 MARZO 1998, N. 114.**

Approvato con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 14 del 26/03/2019.

## Sommario

PARTE I - OGGETTO E FINALITÀ.....	3
Art. 1 - Oggetto e finalità .....	3
Art. 2 - Forme particolari di commercio .....	3
Art. 3 - Autorizzazioni temporanee alla vendita; per l'occupazione del suolo pubblico; S.C.I.A. per la somministrazione temporanea di alimenti e bevande .....	3
Art. 4 - Sospensione dell'attività .....	4
Art. 5 - Pubblicità dei prezzi.....	5
PARTE III- ORARI DELLE ATTIVITÀ.....	5
Art. 6 - Orari di apertura e chiusura .....	5
Art. 7 - Orario dei centri commerciali .....	5
Art. 8 - Commercio all'ingrosso .....	5
PARTE IV - TRASFERIMENTI DI AZIENDA.....	6
Art. 9 - Subingresso negli esercizi di vendita al minuto .....	6
PARTE V - VENDITE STRAORDINARIE.....	6
Art. 10 - Vendite straordinarie .....	6
Art. 11 - Vendite di liquidazione.....	6
Art. 12 - Vendite di fine stagione o saldi .....	8
Art. 13 - Vendite promozionali .....	9
Art. 14 - Sanzioni in fatto di vendite straordinarie.....	9
PARTE VI - DISPOSIZIONI PARTICOLARI.....	9
Art. 15 - Sanzioni e revoche .....	9
Art. 16 - Forme speciali di vendita.....	10
Art. 17 - Decoro e arredo urbano negli addensamenti A.1, A.2 e A.3 .....	10

## **PARTE I - OGGETTO E FINALITÀ**

### ART. 1 - OGGETTO E FINALITÀ

1. Il presente regolamento comunale ha lo scopo di adeguare il vigente regolamento di polizia locale, commerciale ed annonaria in attuazione di quanto previsto dall'art. 6, comma 5, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, dall'art. 4 della legge regionale 12 novembre 1999, n. 28, dalla delibera del Consiglio Regionale n. 563-13414 del 29 ottobre 1999 e successive modifiche ed integrazioni.

### ART. 2 - FORME PARTICOLARI DI COMMERCIO

1. L'attività di vendita corrispondente alle tabelle merceologiche speciali è vincolata all'attività principale di farmacia, rivendita di generi di monopolio o distributori di carburante e non può essere ceduta separatamente dall'attività principale a cui si riferisce.
2. Non costituisce attività di somministrazione di alimenti e bevande, l'assaggio gratuito degli stessi organizzato dal venditore a fini promozionali oppure per orientare la scelta dei prodotti di vendita.
3. Il commercio al dettaglio di "oggetti preziosi" è subordinato anche al possesso della licenza prevista dall'art. 127 del R.D. 18 giugno 1931, n. 773.

### ART. 3 - AUTORIZZAZIONI TEMPORANEE ALLA VENDITA; PER L'OCCUPAZIONE DEL SUOLO PUBBLICO; S.C.I.A. PER LA SOMMINISTRAZIONE TEMPORANEA DI ALIMENTI E BEVANDE

1. In occasione di fiere, feste, mercati o di altre riunioni straordinarie di persone, il Comune può concedere autorizzazioni temporanee alla vendita al dettaglio. Esse sono valide soltanto per i giorni delle predette occasioni e sono rilasciate esclusivamente a chi è in possesso dei requisiti soggettivi e professionali di cui all'art. 71 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 e di cui al decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 e successive modificazioni ed integrazioni (c.d. normativa antimafia), che devono essere autocertificati. Nell'autorizzazione devono essere precisati i giorni e l'orario di validità, il luogo di esercizio ed il soggetto autorizzato. Data la temporaneità e l'occasionalità del rilascio, si possono rilasciare anche per siti non a destinazione commerciale, accertate comunque le condizioni di sicurezza e di igienicità dei luoghi nei modi di legge. Eventuali pareri interni ed esterni possono essere raccolti anche attraverso la conferenza dei servizi.
2. In occasione di fiere, feste o mercati o di altre riunioni straordinarie di persone, è consentita, previa richiesta, l'occupazione del suolo pubblico antistante l'esercizio commerciale da parte del titolare di detto esercizio per la vendita di prodotti appartenenti al settore merceologico per il quale possiede i presupposti che gli consentono l'attività commerciale su area privata e nel rispetto, comunque, delle merceologie ammesse alla vendita nel corso della fiera, festa, mercato o altra riunione straordinaria di persone. In ogni caso, lo spazio occupato non dovrà superare le dimensioni di m. 3 di lunghezza e m. 1,50 di profondità. Le strutture che verranno utilizzate non dovranno essere in alcun modo di

impedimento o di intralcio alla circolazione veicolare oppure pedonale.

E' altresì vietato collocare tende, assi od altre opere fisse o mobili oppure merci, in modo da danneggiare o intralciare l'esercizio di vendita degli operatori commerciali attigui. Le derrate alimentari non possono essere collocate sul suolo ma su banchi appositamente attrezzati aventi altezza non inferiore a m. 0,50. L'altezza dei cumuli delle merci non può superare m. 1,40 dal suolo. L'occupazione dello spazio pubblico così individuato è assoggettato alle disposizioni circa il pagamento dei corrispondenti oneri secondo le disposizioni stabilite dal Comune per una dimensione minima pari a m. 3 x m. 1,50, qualunque sia la dimensione effettivamente occupata.

3. Ai sensi dell'art. 10 della legge regionale Piemonte 29 dicembre 2006, n. 38 e successive modifiche ed integrazioni, in occasione di sagre, fiere, manifestazioni religiose, tradizionali e culturali o eventi locali straordinari, l'attività temporanea di somministrazione di alimenti e bevande è soggetta a SCIA unica ai sensi dell'articolo 19 bis, comma 2 della legge 241/1990, da presentare al SUAP competente per territorio e non è soggetta al possesso dei requisiti previsti dall'articolo 71, comma 6 del decreto legislativo 59/2010. L'esercizio temporaneo dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande ha validità tassativamente circoscritta al periodo e ai locali o luoghi di svolgimento della manifestazione cui si riferisce. La SCIA unica per l'esercizio temporaneo dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande può essere presentata esclusivamente da chi è in possesso dei requisiti soggettivi di cui all'art. 4 della legge regionale Piemonte 29 dicembre 2006, n. 38 e successive modifiche ed integrazioni e di cui al decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 e successive modificazioni ed integrazioni (c.d. normativa antimafia), che devono essere autocertificati. Nella SCIA unica devono essere precisati i giorni e l'orario di validità, il luogo di esercizio ed il soggetto segnalante. La somministrazione di bevande, nel caso di cui sopra, aventi un contenuto alcolico superiore al 21 per cento del volume non è consentita negli esercizi operanti nell'ambito di impianti sportivi, fiere, complessi di attrazione dello spettacolo viaggiante installati con carattere temporaneo nel corso di sagre, fiere e simili luoghi di convegno, nonché nel corso di manifestazioni sportive o musicali all'aperto. Il sindaco può, con propria ordinanza, temporaneamente ed eccezionalmente estendere tale divieto alle bevande con contenuto alcolico inferiore al 21 per cento del volume.
4. Data la temporaneità e l'occasionalità degli eventi, si possono rilasciare autorizzazioni temporanee anche per siti non a destinazione d'uso commerciale, accertate comunque le condizioni di sicurezza, di igienicità e di sorvegliabilità dei luoghi nei modi di legge.

#### ART. 4 - SOSPENSIONE DELL'ATTIVITÀ

1. Della data di inizio della sospensione dell'attività nell'esercizio di vendita al pubblico al dettaglio, il titolare ne deve dare notizia al Comune almeno 5 (cinque) giorni prima di detto inizio, qualora debba protrarsi per più di 30 (trenta) giorni consecutivi. Nella comunicazione deve essere indicata la durata della chiusura. L'esercente interessato, entro il suddetto termine di 5 (cinque) giorni, deve comunque rendere noto al pubblico il periodo di sospensione con apposito cartello.

#### ART. 5 - PUBBLICITÀ DEI PREZZI

1. Per tutti i prodotti esposti per la vendita al dettaglio, nei luoghi indicati dall'art. 14, comma 1, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, deve essere indicato il prezzo di vendita al pubblico.
2. La pubblicizzazione del prezzo può avvenire con l'uso del mezzo ritenuto più idoneo dall'esercente interessato, a condizione, peraltro, che il sistema utilizzato permetta all'utente di leggere sempre, in maniera chiara ed inequivocabile, l'effettivo prezzo di vendita al pubblico della merce esposta.

### **PARTE III- ORARI DELLE ATTIVITÀ**

#### ART. 6 - ORARI DI APERTURA E CHIUSURA

1. L'orario di apertura dell'esercizio di vendita al dettaglio deve essere reso noto al pubblico mediante l'esposizione di cartelli o altri idonei mezzi di comunicazione, ben visibili e leggibili anche dall'esterno dell'esercizio commerciale.
2. L'orario di apertura delle attività di acconciatore e/o estetista e/o tatuatore è equiparato a quello degli esercizi di vendita al dettaglio.

#### ART. 7 - ORARIO DEI CENTRI COMMERCIALI

1. L'orario di apertura e chiusura al pubblico di un centro commerciale deve essere osservato da tutte le attività, commerciali e non, oppure promiscue (ad esclusione delle sole farmacie autorizzate) presenti all'interno di un medesimo blocco costituente detto centro commerciale.

#### ART. 8 - COMMERCIO ALL'INGROSSO

1. Gli esercizi di commercio all'ingrosso non sono tenuti al rispetto degli orari definiti per il commercio al dettaglio, in quanto non si rivolgono al consumatore finale.
2. Nel caso gli esercizi di commercio all'ingrosso svolgano attività di commercio al dettaglio, quando consentite, dovranno rispettare gli orari stabiliti per il corrispondente settore merceologico al dettaglio.

## **PARTE IV - TRASFERIMENTI DI AZIENDA**

### ART. 9 - SUBINGRESSO NEGLI ESERCIZI DI VENDITA AL MINUTO

1. Il trasferimento, in gestione o in proprietà, per atto tra vivi o a causa di morte, di un esercizio di vendita al dettaglio è soggetto a SCIA/ comunicazione al Suap del Comune.
2. Non può essere oggetto di atti di trasferimento l'attività corrispondente soltanto ad un settore merceologico dell'esercizio.
3. La comunicazione di subingresso è presentata, a pena di decadenza, entro i termini seguenti:
  - a) in caso di subentro per atto tra vivi: 60 (sessanta) giorni dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio;
  - b) in caso di subentro per causa di morte: 12 (dodici) mesi, decorrenti dalla morte del titolare.
4. L'atto di trasferimento dell'attività commerciale deve essere effettuato mediante atto pubblico oppure scrittura privata autenticata nelle firme da notaio.
5. In caso di morte del titolare dell'esercizio di vendita, la comunicazione deve essere effettuata dall'erede o dagli eredi che abbiano nominato, con la maggioranza prevista dall'art. 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, oppure che abbiano costituito una società in uno dei tipi previsti dal codice civile per la gestione dell'attività, sempre che detti eredi siano in possesso dei requisiti soggettivi previsti all'art. 71 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59. Qualora si tratti di esercizi appartenenti al settore alimentare, gli eredi che ne siano sprovvisti devono acquisire i requisiti professionali previsti dalla normativa entro 12 (dodici) mesi dalla comunicazione di subingresso.

## **PARTE V - VENDITE STRAORDINARIE**

### ART. 10 - VENDITE STRAORDINARIE

1. Le vendite straordinarie sono regolate dall'art. 15 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, dall'art. 12 e seguenti della legge regionale 12 novembre 1999, n. 28, e mediante provvedimento dirigenziale del Comune.

### ART. 11 - VENDITE DI LIQUIDAZIONE

1. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte o gran parte delle proprie merci a seguito di:
  - cessazione dell'attività commerciale;
  - cessione dell'azienda;
  - cessazione di un settore merceologico a seguito di rinuncia;
  - trasferimento di sede dell'esercizio;

- trasformazione o rinnovo dei locali.
- 2. L'operatore che intende effettuare una vendita di liquidazione deve darne comunicazione al Comune almeno 30 (trenta) giorni prima della data di inizio della vendita stessa.
- 3. Nella comunicazione il soggetto interessato dichiara:
  - a) l'ubicazione dell'esercizio nel quale viene effettuata la vendita;
  - b) la data di inizio e quella di cessazione della vendita;
  - c) le motivazioni della liquidazione;
  - d) le merci poste in vendita, distinte per voci merceologiche, con indicazione della qualità e quantità, dei prezzi praticati prima della vendita di liquidazione e dei prezzi che saranno praticati durante la stessa;
  - e) i testi delle asserzioni pubblicitarie ai fini della corretta informazione al consumatore.
- 4. La comunicazione di cui al comma 2 deve essere corredata dai seguenti documenti:
  - Nel caso di trasformazione o rinnovo locali: dichiarazione in carta libera contenente gli estremi dell'eventuale concessione o autorizzazione edilizia. Qualora si tratti di interventi non soggetti a titolo abilitativo edilizio, dovrà essere allegata una relazione sottoscritta da un tecnico professionalmente abilitato che illustri, anche con allegati cartografici, lo stato dell'esercizio antecedente e successivo all'attuazione del programma di intervento, i preventivi di spesa relativi a ciascun lavoro, le copie delle fatture; il tutto da produrre entro 15 (quindici) giorni dalla conclusione dei lavori, comprovanti l'avvenuta realizzazione dell'intervento.
- 5. Nel caso di operazioni di trasformazione o rinnovo dei locali di minore entità non supportate da atti amministrativi di presupposto, ai sensi dell'articolo 13, comma 4 della legge regionale 12 novembre 1999, n. 28, il Comune valuta l'opportunità di consentire la vendita di liquidazione sulla base dei preventivi di spesa allegati alla comunicazione.
- 6. L'esercizio commerciale che effettua una vendita di liquidazione per trasformazione o rinnovo dei locali, al termine della stessa, deve restare chiuso per almeno 1 (una) settimana.
- 7. In ognuno dei casi previsti al precedente comma 5, gli organi di vigilanza del Comune hanno la facoltà di accedere al punto di vendita per effettuare i necessari controlli.
- 8. La vendita di liquidazione può essere effettuata in ogni periodo dell'anno, per una durata non superiore a 12 (dodici) settimane in caso di cessazione dell'attività o di cessione dell'azienda oppure cessazione di un settore merceologico a seguito di rinuncia, ovvero di 6 (sei) settimane in caso di trasferimento di sede oppure per trasformazione o rinnovo dei locali.
- 9. Le asserzioni pubblicitarie relative alle vendite di liquidazione devono contenere gli estremi della comunicazione inviata al Comune, nonché la natura, la durata, l'oggetto della vendita stessa nonché la percentuale o le percentuali di sconto praticate. Le asserzioni pubblicitarie relative alle vendite di liquidazione devono essere presentate in modo non ingannevole per il consumatore. Nel caso in cui, nella pubblicità della vendita di liquidazione, si faccia riferimento ad articoli identificati, è necessario indicare, per tali prodotti, il prezzo normale di vendita, la percentuale di sconto praticata ed il prezzo finale di vendita scontato.
- 10. Nelle vetrine interne ed esterne dell'esercizio commerciale, lo sconto o il ribasso deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposto al pubblico così come deve essere esposto il prezzo finale scontato.

11. Nelle vendite di liquidazione e nella relativa pubblicità è vietato l'uso della dizione "vendite fallimentari" come pure ogni riferimento a fallimento, procedure fallimentari, esecutive, individuali o concorsuali e simili, anche come termine di paragone.
12. A decorrere dall'inizio della vendita di liquidazione e fino al suo termine, è vietato introdurre nei locali dell'esercizio interessato e relative pertinenze, ulteriori merci, anche in "conto deposito", appartenenti allo stesso genere di quelle poste in liquidazione.
13. L'esaurimento delle merci durante il periodo della vendita di liquidazione deve essere portato a conoscenza del consumatore con avvisi ben visibili e leggibili anche dall'esterno del locale di vendita.
14. Durante le vendite di liquidazione rimangono validi gli atti di presupposto all'esercizio dell'attività di vendita.
15. È vietata l'effettuazione di vendite di liquidazione con il sistema del "pubblico incanto".

#### ART. 12 - VENDITE DI FINE STAGIONE O SALDI

1. Le vendite di fine stagione, o saldi, così come definite dall' art. 15 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 e dall'art. 14 della legge regionale 12 novembre 1999, n. 28, riguardano i prodotti di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo.
2. Le vendite di cui al comma 1 possono essere effettuate per una durata massima di 8 (otto) settimane, anche non continuative per ciascun periodo, da individuarsi da parte del Comune nei due periodi dell'anno:
  - dal 1° gennaio al 31 marzo;
  - dal 1° luglio al 30 settembre.
3. Nei 30 (trenta) giorni che precedono la data di inizio delle vendite di fine stagione non è consentito lo svolgimento delle vendite promozionali aventi ad oggetto articoli di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo. La presente prescrizione non si applica alle vendite promozionali effettuate "sottocosto", così come definite dall'art. 15, comma 7 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.
4. Gli organi di vigilanza del Comune hanno la facoltà di accedere al punto di vendita per effettuare i necessari controlli.
5. Nelle vendite di fine stagione e nella relativa pubblicità è vietato l'uso della dizione "vendite fallimentari", come pure ogni riferimento a fallimento, procedure fallimentari, esecutive, individuali o concorsuali e simili, anche come termine di paragone.
6. Le merci offerte in saldo debbono essere separate in modo chiaro ed inequivocabile da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie oppure alle altre contemporanee condizioni straordinarie.
7. Le asserzioni pubblicitarie relative alle vendite di fine stagione devono contenere la natura, la durata e l'oggetto della vendita stessa.
8. L'esercente che intende effettuare la vendita di fine stagione deve renderlo noto con cartello apposto

nel locale di vendita ben visibile dall'esterno, almeno tre giorni prima della data prevista per l'inizio delle vendite, indicando il periodo di svolgimento, individuato ai sensi del comma 2 dell'art. 14 della Legge regionale 12 novembre 1999, n. 28 e l'osservanza delle modalità di svolgimento della vendita di fine stagione stabilite dal comune a tutela dei consumatori, secondo le disposizioni di cui all'art. 15 della Legge regionale 12 novembre 1999, n. 28.

9. A decorrere dall'inizio della vendita di fine stagione e fino al suo termine, è vietato introdurre nei locali dell'esercizio interessato, e relative pertinenze, ulteriori merci, anche in conto deposito, appartenenti allo stesso genere di quelle poste in saldo.

#### ART. 13 - VENDITE PROMOZIONALI

1. Le vendite promozionali, come definite dall'art. 15, commi 4 e 5 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, possono essere effettuate dall'esercente dettagliante in ogni momento dell'anno, per tutti o parte dei prodotti merceologici venduti, con la sola particolarità che ogni azione di promozione sia limitata nel tempo.

#### ART. 14 - SANZIONI IN FATTO DI VENDITE STRAORDINARIE

1. Chiunque violi le disposizioni di cui ai precedenti articoli di questa Parte IX è punito con le sanzioni amministrative previste all'art. 22, comma 3 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, cioè col pagamento di una somma da EUROO 516,00 a EUROO 3.098,00.
2. Tali disposizioni non si applicano alle vendite disposte dall'Autorità Giudiziaria a seguito di esecuzione forzata.

## **PARTE VI - DISPOSIZIONI PARTICOLARI**

#### ART. 15 - SANZIONI E REVOCHE

1. Per l'inosservanza delle disposizioni contenute nel presente regolamento, qualora non già sanzionata tramite le previsioni del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, ai sensi dell'art. 7-bis del D.Lgs. 267/2000, è inflitta una sanzione amministrativa da un minimo di EURO 25,00 ad un massimo di EURO 500,00, con la procedura di cui alla Legge 24 novembre 1981, n. 689 e s.m.i..
2. Qualora venga accertato che un esercizio di vicinato sia stato attivato:
  - senza aver inviato al Comune la SCIA di cui all'art. 65 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59;
  - a seguito di dichiarazione non veritiera, relativamente ai requisiti e presupposti richiesti dal decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59, dal vigente quadro normativo regionale in materia, nonché dal presente regolamento;

sarà ordinata l'immediata chiusura dell'esercizio stesso con atto emanato dal competente dirigente e saranno irrogate le sanzioni pecuniarie di cui all'art. 22, comma 1 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

#### ART. 16 - FORME SPECIALI DI VENDITA

1. Per forme speciali di vendita s'intendono quelle previste e definite dal Titolo VI del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 e, pertanto, vanno applicate le relative disposizioni ivi prescritte.

#### ART. 17 - DECORO E ARREDO URBANO NEGLI ADDENSAMENTI A.1, A.2 E A.3

1. Qualora siano "riconosciuti" sul territorio comunale addensamenti commerciali classificati A.1, A.2, A.3 (addensamenti storici rilevanti, addensamenti storici secondari e addensamenti commerciali urbani forti) sono previste specifiche disposizioni relative agli interventi di sistemazione dei fronti commerciali che dovranno essere oggetto di progetto contenente gli schemi compositivi di riordino e/formazione di vetrine, di ubicazione delle insegne, di coloritura di facciata e arredo vegetale, realizzati nel rispetto del Regolamento edilizio, del Regolamento comunale per gli impianti pubblicitari e del Piano del colore".