

Presidenza del Vice Presidente Lucchini

IL CONSIGLIO REGIONALE DELLA LOMBARDIA

Richiamato il D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della L. 15 marzo 1997, n. 59) ed in particolare il titolo decimo concernente le disposizioni in materia di commercio su aree pubbliche;

Richiamata la legge regionale 21 marzo 2000, n. 15 (Norme in materia di commercio al dettaglio su aree pubbliche in attuazione del D.Lgs. n. 114/98 e «Primi indirizzi regionali di programmazione del commercio al dettaglio su aree pubbliche») e successive modifiche ed integrazioni ed in particolare l'articolo 4, comma 3 che attribuisce al Consiglio regionale, su proposta della Giunta regionale, la definizione, con cadenza triennale degli obiettivi di presenza e di sviluppo delle reti mercatali;

Dato atto che i «Primi indirizzi regionali di programmazione del commercio al dettaglio su aree pubbliche» di cui all'allegato A) della L.R. n. 15/00 non necessitano di essere aggiornati, salvo nella parte riguardante gli obiettivi di sviluppo della rete mercatale, in quanto costituiscono una normativa che può esplicare la propria funzione regolativa del commercio su aree pubbliche almeno fino all'adeguamento della normativa regionale ai sensi del titolo V della Costituzione;

Dato atto che per quanto concerne gli obiettivi di sviluppo delle aree mercatali di cui al paragrafo II. 2 del citato allegato A) la validità degli stessi è venuta meno a far tempo dal 31 dicembre 2005 e che nel corso del 2006 sono state utilizzate le residue disponibilità del triennio 2003-2005;

Considerato che gli obiettivi di sviluppo delle aree mercatali nel triennio 2007-2009 devono essere definiti:

- in relazione all'andamento dei mercati ambulanti in Lombardia e del comportamento dei consumatori lombardi;

- in modo correlato anche alla crescita del Prodotto Interno Lordo;

Verificato che nel 2006 la crescita del Prodotto Interno Lordo è stata dell'1,9% e che per il triennio di riferimento l'incremento medio annuo previsto è di circa il 2% si ritiene di dover assumere in via prudenziale, per il triennio 2007-2009, un aumento della rete mercatale esistente al 31 dicembre 2006 (costituita da circa 62.400 posteggi) pari a 1.500 nuovi posteggi;

Vista la deliberazione della Giunta regionale n. 8/5014 del 26 giugno 2007 relativa alla proposta di deliberazione in oggetto;

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

Con votazione palese, per alzata di mano:

Delibera

## REGIONE LOMBARDIA

DELIBERA DEL CONSIGLIO REGIONALE 20/11/2007, N. 8/466.

Definizione degli obiettivi di presenza e di sviluppo delle aree mercatali nel triennio 2007-2009 ai sensi dell'articolo 4, comma 3, della legge regionale 21 marzo 2000, n. 15.

### Art. Unico

di approvare l'allegato A) alla presente deliberazione di cui è parte integrante ed avente ad oggetto «Definizione degli obiettivi di presenza e di sviluppo delle aree mercatali nel triennio 2007-2009, ai sensi dell'articolo 4, comma 3 della L.R. n. 15/00».

### Allegato A

Definizione degli obiettivi di presenza e di sviluppo delle aree mercatali nel triennio 2007-2009 ai sensi dell'articolo 4, comma 3, della legge regionale 21 marzo 2000, n. 15

Il contenuto del paragrafo II. 2 dell'allegato A) alla legge regionale 21 marzo 2000, n. 15 è sostituito dal seguente:

Obiettivi triennio 2007-2009

**1. Per il triennio 2007-2009 la Giunta regionale può assentire l'istituzione o l'ampliamento dei mercati esistenti fino ad un massimo di 1500 nuovi posteggi assumendo quali elementi di valutazione nell'ordine:**

- a) le caratteristiche economiche del territorio secondo quanto previsto dall'articolo 6, comma 3, del D.Lgs. n. 114/98;
- b) il potenziamento e la ristrutturazione dei mercati esistenti in conseguenza anche del loro adeguamento alla vigente normativa igienico-sanitaria;
- c) **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;**
- d) **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;**
- e) **l'individuazione di nuove aree mercatali in stretta correlazione con l'incremento della domanda.**

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, alla vendita di prodotti tipici lombardi.

3. Nei mercati di nuova istituzione almeno il cinquanta per cento dei posteggi devono essere riservati alla vendita di prodotti alimentari.

**4. Qualora le richieste di nuovi posteggi siano superiori alle disponibilità stabilite dalla programmazione regionale la Giunta regionale può comunque individuare ulteriori criteri e parametri per graduare le valutazioni di cui al punto 1.**

**5. 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.**

6. La Giunta regionale, ai sensi della legge regionale 21 marzo 2000, n. 13 (Interventi regionali per la qualificazione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese commerciali), incentiva:

- **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.**

*Modifiche già integrate nel testo della legge regionale 15/2000*