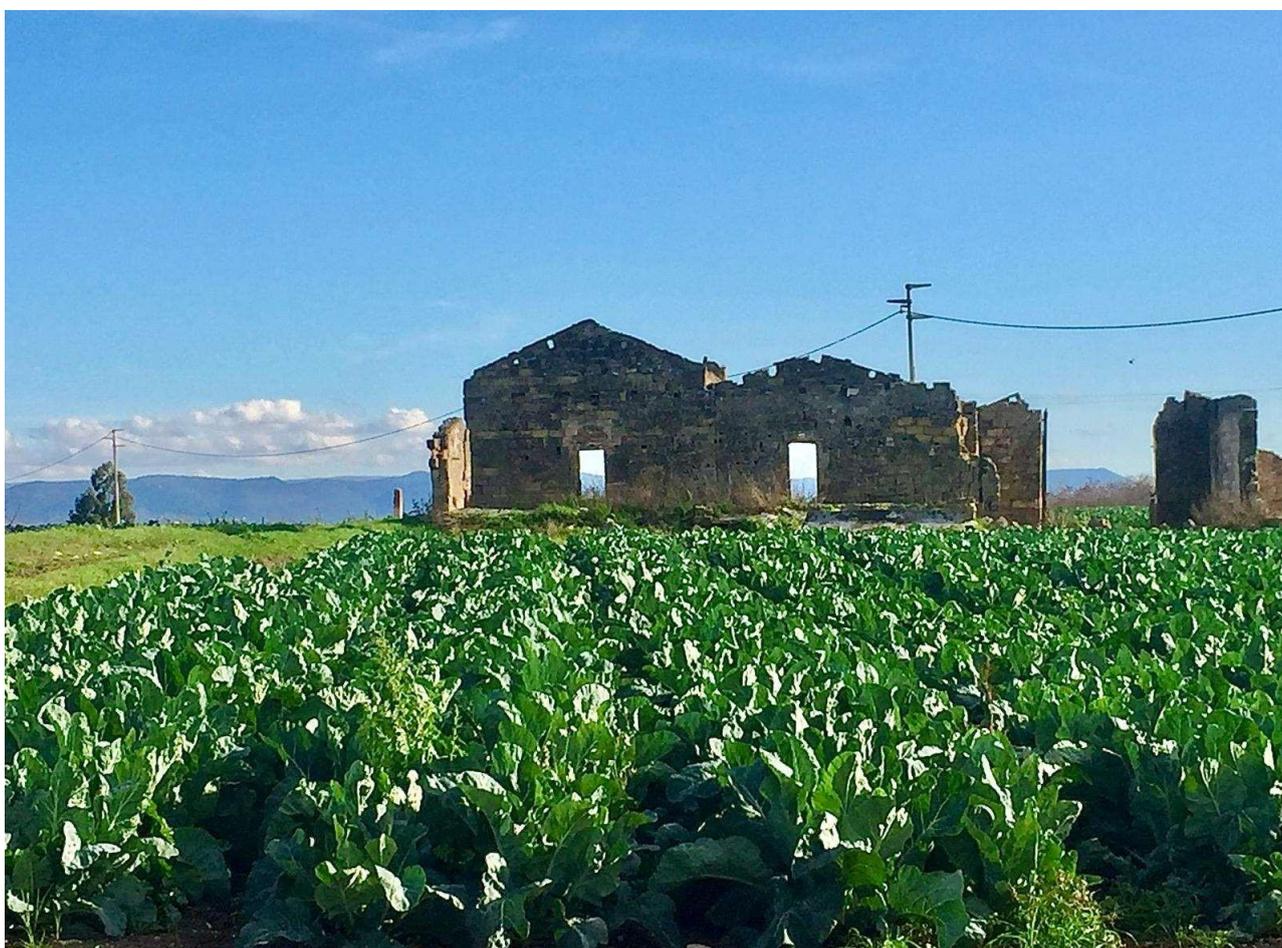




Città di Lissone
Provincia di Monza e della Brianza
Servizio SUAP Commercio e Attività Produttive

REGOLAMENTO PER LO SVOLGIMENTO DEL MERCATO CONTADINO



**APPROVATO CON DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO
COMUNALE N. 80 del 11/12/2024**

Sommario

Titolo I DISPOSIZIONI GENERALI E DI ATTUAZIONE.....	3
Art. 1 Oggetto e ambito di applicazione del regolamento	3
Art. 2 Definizioni	3
Art. 3 Finalità del mercato contadino	3
Art. 4 Area di mercato	5
Art. 5 Soggetti ammessi alla vendita.....	5
Art. 6 Modalità Di Assegnazione Dei Posteggi.....	7
Art. 7 Modalità di Gestione e conduzione da parte di soggetto terzo “Gestore”	8
Art. 8 Funzioni di indirizzo	9
Art. 9 Localizzazione, cadenza e organico	9
Art. 10 Prodotti agricoli e modalità di vendita	10
Art. 11 Valorizzazione del mercato contadino ed incentivi	12
Art. 12 Iniziative collaterali di promozione.....	13
Art. 13 Modalità di cessazione, sospensione e revoca	14
Art. 14 Subingresso	15
Art. 15 Orari.....	15
Art. 16 Prezzi	16
Art. 17 Attrezzatura di vendita.....	16
Art. 18 Modalità di vendita	17
Art. 19 Obblighi degli operatori.....	18
Art. 20 Pulizia del suolo pubblico.....	18
Art. 21 Pagamento del canone per l’occupazione del suolo pubblico	19
Art. 22 Requisiti igienico-sanitari del mercato, delle attrezzature e del personale addetto al mercato	19
TITOLO II SANZIONI	20
Art. 23 Vigilanza, Controlli e sanzioni	20
TITOLO III NORME TRANSITORIE E FINALI	22
Art. 24 Norme transitorie e finali	22
Art. 25 Entrata in vigore ed abrogazioni	22

Titolo I DISPOSIZIONI GENERALI E DI ATTUAZIONE

Art. 1 - Oggetto e ambito di applicazione del regolamento

1. Il presente regolamento disciplina lo svolgimento del Mercato Contadino riservato alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli di cui all'articolo 2135, del Codice civile.

L'esercizio delle attività nell'ambito del mercato contadino è disciplinato da:

- a) Decreto Legislativo 18 maggio 2001, n. 228;
- b) L. 296, del 27 dicembre 2006, comma 1065 articolo 1;
- c) Decreto attuativo del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali del 20 novembre 2007, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 301, del 29 dicembre 2007;
- d) Circolare n. MI.2008.0025389, dell'11/12/2008, Regione Lombardia.

2. L'esercizio dell'attività di vendita all'interno del mercato contadino non è assoggettato alla disciplina sul commercio, salvo quanto previsto dall'art. 4, comma 8, del Decreto Legislativo n. 228/2001;

Art. 2 Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intende per:

- a. imprenditore agricolo: l'Operatore Economico così come previsto dall'art. 2135, del Codice civile;
- b. impresa agricola: l'impresa conduttrice un'azienda agricola avente sede produttiva nell'ambito territoriale;
- c. ambito territoriale: territorio amministrativo della Regione Lombardia, Province extraregionali immediatamente limitrofe, altre Regioni.

Art. 3 Finalità del mercato contadino

1. Le finalità del mercato contadino dei produttori agricoli di cui al presente titolo sono:

- a. Promuovere lo sviluppo di mercati in cui gli imprenditori

- agricoli, nell'esercizio dell'attività di vendita diretta, possono 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.
- b. Promuovere l'attività di vendita di imprese agricole operanti nell'ambito territoriale del mercato, che si impegnino a rispettare precisi requisiti di qualità e di trasparenza.
 - c. 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.
 - d. 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.
 - e. 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.
 - f. Favorire, attraverso la "filiera corta" e l'eliminazione dei vari intermediari, il contenimento del prezzo di vendita al dettaglio, con la garanzia di un giusto guadagno per il produttore e di un risparmio per il consumatore.
 - g. Ridurre i tempi di trasporto delle merci con benefici sia per l'ambiente che per la sicurezza stradale.
 - h. Promuovere azioni di educazione alimentare e di orientamento ai consumi, affermando il valore culturale del cibo, inteso come espressione di identità e di storia.
 - i. favorire lo sviluppo locale, attraverso la valorizzazione delle risorse del territorio
 - j. promuovere l'attività di vendita di Imprese Agricole che si impegnino a rispettare precisi requisiti di qualità e trasparenza;
 - k. promuovere la conoscenza della cultura rurale e delle

- produzioni e tradizioni Agricole locali;
1. promuovere azioni d'informazione per i consumatori sulle caratteristiche dei prodotti agricoli posti in vendita;

Art. 4 - Area di mercato

1. Il Mercato Contadino di vendita diretta dei prodotti agricoli deve essere esercitato nell' area pubblica di Via Pascoli.
2. Gli eventuali cambiamenti di sede del mercato, le modifiche riguardanti le modalità operative ed organizzative, nonché la distribuzione e l'incremento dei posteggi, saranno stabilite così come previsto dall'art 26, del Regolamento per la Disciplina del Commercio su Aree Pubbliche deliberato in data 30/07/2015, con deliberazione del Consiglio Comunale n. 71,
3. Per quanto riguarda i Compiti degli Uffici Comunali si fa riferimento all'art. 6, del regolamento appena citato.

Art. 5 Soggetti ammessi alla vendita

1. Sono soggetti ammessi alla vendita gli imprenditori 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;
 - b. avere l'ubicazione dell'azienda agricola nell'ambito territoriale amministrativo della Regione Lombardia oppure delle Province extra regionali immediatamente limitrofe.
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 a condizione che tali prodotti non siano, altresì,

presenti sul territorio della Regione Lombardia o siano concorrenziali rispetto ai prodotti posti in vendita all'interno del medesimo mercato.

3.L'attività di vendita diretta all'interno del mercato contadino è esercitata dai titolari, ovvero dai soci in caso di società agricola e di quelle di cui all'art. 1, comma 1094, della Legge 27 dicembre 2006, n. 296, dai relativi familiari coadiuvanti, nonché dal personale dipendente di ciascuna impresa tutti in regola con gli obblighi amministrativi, fiscali, previdenziali e assistenziali.

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.

4.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 al DECRETO LEGISLATIVO 6 settembre 2011, n. 159, Codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione, nonché nuove disposizioni in materia di documentazione antimafia, a norma degli articoli 1 e 2, della legge 13 agosto 2010, n. 136.

5.Nell'eventualità di richieste di concessione superiori ai posti disponibili, verrà approntata una graduatoria per singolo settore merceologico a punteggio, in base alla distanza chilometrica dalla sede dell'azienda agricola, richiedente il posteggio, all'ambito territoriale del comune di Lissone come segue: entro 5 km/ 100 punti, entro 10 km/ 90 punti, entro 15 km/ 80 punti, entro 20 km/ 70 punti, entro 25 km/ 60 punti, entro 30 km/ 50 punti, entro 40 km/ 40 punti, entro 50 km/ 30 punti, entro 60 km/ 20 punti, oltre 60 km/ 10 punti su totale di 100 punti.

Art. 6 - Modalità Di Assegnazione Dei Posteggi

La gestione, l'organizzazione ed il funzionamento del mercato sono affidate al Comune per il tramite del competente ufficio SUAP, oppure, sono affidate ad un soggetto gestore individuato sulla base delle procedure di selezione pubbliche nel rispetto delle normative in vigore.

Qualora la gestione ed organizzazione del mercato contadino sia effettuata direttamente dal Comune, l'assegnazione dei posteggi avverrà tramite procedura ad evidenza pubblica che inizierà con la pubblicazione dell'avviso di disponibilità e terminerà con la pubblicazione della graduatoria ed il rilascio del relativo titolo. Per l'assegnazione in concessione degli spazi, i criteri potranno anche essere mutuati dall'art 11, della Legge 30 dicembre, n. 214, qualora compatibili e non in contrasto con le leggi di settore.

Ai fini della formulazione della graduatoria saranno osservati, nell'ordine, i seguenti criteri di qualificazione della domanda

- a) anzianità dell'esercizio dell'impresa, comprovata dalla durata dell'iscrizione, quale impresa attiva, nel registro delle imprese; l'anzianità è riferita a quella del soggetto titolare al momento della partecipazione al bando; è adottata la seguente attribuzione di punteggi: anzianità di iscrizione fino a 5 anni = punti 20; anzianità di iscrizione maggiore di 5 anni e fino a 10 anni = punti 25; anzianità di iscrizione oltre 10 anni = punti 30;
- b) anzianità per l'effettiva presenza nel mercato contadino per le intere annualità attestato dal pagamento della tassa comunale; è adottata la seguente attribuzione dei punteggi: frequenza maggiore del 60%, punti 30; frequenza tra 40% e 60%, punti 20, presenza inferiore a 40% punti 10
- c) disponibilità di attestato di *frequenza ai corsi di formazione* organizzati da Enti Certificati: punti 10;
- d) presenza nel nucleo familiare di soggetti portatori di handicap: punti 15;
- e) imprenditoria giovanile (*imprenditori con età uguale o inferiore ad anni 40*): punti 25;

- f) vendita di prodotti agricoli dotati di marchio di qualità (DOP, IGP, DOC, DOCG, IGT): *punti 5;*
- g) vendita di prodotti agricoli provenienti dal territorio della Provincia di Monza e Brianza: *punti 3;*

In caso di parità di punteggio al fine dell'attribuzione della concessione si farà riferimento all'ordine cronologico di arrivo della domanda al protocollo comunale.

In base alla graduatoria si procederà ad assegnare il posteggio richiesto o disponibile.

Art. 7 Modalità di Gestione e conduzione da parte di soggetto terzo "Gestore".

Nelle ipotesi di gestione del Mercato Contadino da parte di un "Gestore", questi, sostiene tutti gli oneri finanziari ed amministrativi connessi alla disponibilità dell'area sulla quale si svolge il mercato contadino.

Il Gestore dovrà:

- a. Garantire l'organizzazione ed il funzionamento dei mercati (allestimento, gestione delle strutture e delle attrezzature espositive, logistica, ecc.), acquisendo tutti i permessi ed autorizzazioni necessarie allo svolgimento degli stessi;
- b. Predisporre ed aggiornare le planimetrie e le graduatorie delle aziende partecipanti, curandone tutti i connessi adempimenti burocratici;
- c. Gestire il rapporto con gli operatori;
- d. Controllare la qualità delle produzioni;
- e. Controllare il rispetto dei requisiti di rintracciabilità ed igienico sanitari anche mediante utilizzo di apposita check-list, almeno una volta l'anno;
- f. Rilevare e monitorare periodicamente i prezzi;
- g. Promuovere il mercato contadino;
- h. Organizzare annualmente almeno cinque iniziative collaterali di carattere culturale, didattico, dimostrativo e di promozione legate ai prodotti alimentari tradizionali ed artigianali del territorio rurale di riferimento.

i. Organizzazione diretta o per il tramite del Distretto del commercio di iniziative finalizzate alla promozione dei prodotti agricoli lombardi nonché azioni sperimentali mirate a favorire l'accordo e l'incontro di produttori e distributori nella logica della filiera e del sistema territoriale.

1. Garantire la possibile partecipazione a tutti i soggetti aventi idonei requisiti.

Il Gestore si impegna a fornire agli uffici comunali preposti, ogni informazione o documentazione che sarà ritenuta necessaria allo svolgimento dell'ordinaria attività di controllo.

L'affidamento al Gestore avrà durata da tre a cinque anni, con esplicita espressione da parte della Giunta Comunale, per l'affidamento della gestione.

Art. 8 Funzioni di indirizzo

1. Le funzioni di indirizzo delle attività svolte nell'ambito del mercato sono demandate alla Giunta Comunale fatte salve le disposizioni di cui agli art. 26, del Regolamento adottato dal Consiglio Comunale con deliberazione n. 71, del 30 luglio 2015.

2. Le funzioni di indirizzo riguardano in modo particolare i criteri relativi a:

- a. le modalità organizzative e gestionali del mercato;
- b. l'organizzazione di iniziative promozionali e collaterali;
- c. la tutela dell'immagine dell'iniziativa;
- d. il controllo della qualità delle produzioni e dei prezzi;
- e. relazione con il soggetto gestore del mercato.

Spetteranno al Dirigente ad acta l'adempimento dell'esecuzione degli indirizzi sopra evidenziati e alla preparazione degli atti gestionali per rendere esecutivi i risultati richiesti.

Art. 9 Localizzazione, cadenza e organico

1. Il mercato contadino riservato alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli si svolge con cadenza settimanale, nel giorno

di venerdì, in Via Pascoli.

Sono consentite edizioni straordinarie in altra area del centro cittadino in occasione di sagre e per la promozione del territorio lissonese e del suo Brand.

2. L'esatta dislocazione dei posteggi all'interno dell'area di via Pascoli l'orario, la superficie ed il totale dei posteggi ecc., sono stabilite nell'allegato "Scheda N. 3", del Regolamento per la Disciplina del Commercio su Aree Pubbliche del 30 luglio 2015, al quale si demanda per tutte le indicazioni necessarie.

3. Ogni imprenditore agricolo, comprese le cooperative di imprenditori agricoli e i loro consorzi, potrà essere titolare di un solo posteggio.

Art. 10 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 o da altre Regioni;

b. provenire dalla propria 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. Di norma non sono ammesse operazioni di trasformazione dei prodotti durante il mercato.

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. ridurre in peso ed in volume gli imballaggi, ad utilizzare

materiali facilmente riciclabili, a basso impatto ambientale o totalmente riciclabile. I prodotti esposti per la vendita devono essere individuati con apposito 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 alla 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:

- ortofrutticoli freschi, funghi;
- ortofrutticoli trasformati (succhi di frutta e di verdura, confetture, marmellate, conserve di ortaggi e simili);
- prodotti lattiero-caseari: latte fresco e derivati, ovvero formaggio fresco e stagionato, burro e yogurt;
- carni e derivati;
- salumi;
- pane e prodotti da forno;
- vino, birra ed aceti;
- olio di oliva d'origine;
- uova;
- miele e altri prodotti derivati dall'apicoltura;
- erbe officinali, aromatiche e loro derivati;
- piante e fiori;
- farine;
- legna da ardere;
- vino e distillati
- lumache
- riso
- cereali
- pesci

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 (art. 4 comma 1 D.lgs. n. 228/2001 e ss. Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, ai sensi di quanto disposto dalla Legge n. 145/2018); 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 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 (art.4, comma 8, del D.lgs. 288/2001). In conformità con quanto previsto dall'art. 34, del decreto-legge 6 dicembre 2011, n.201, convertito con modificazione, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214, 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 sanitarie.

3.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.

Art. 11 Valorizzazione del mercato contadino ed incentivi.

1. Contestualmente all'attività di vendita nel mercato contadino 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. 12 Iniziative collaterali di promozione

1. All'interno del mercato contadino, oltre alla vendita dei prodotti, gli operatori concessionari di posteggio 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.3, 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 contadino;
- b. realizzare o utilizzare una "mascotte" identificativa del Mercato contadino di Lissone;
- c. effettuare indagini per rilevare il gradimento dei cittadini e raccoglierne i suggerimenti.

Art. 13 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 lettera

all'Amministrazione comunale, con preavviso di almeno 10 giorni, salvo eventi imprevedibili.

3. L'operatore che intende cessare la partecipazione al mercato contadino deve comunicarlo 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 dalle leggi.

Art. 14 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 all'art. 5.

2. Il subentrante è comunque tenuto a comprovare l'effettivo trasferimento dell'azienda.

Art. 15 Orari

1. Il mercato contadino si svolgerà, di norma, nella sola fascia mattutina.

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.

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 degli Operatori ovvero da parte del "Gestore" gestore del mercato, da effettuarsi entro 60 gg prima la festività stessa.

6. L'Amministrazione comunale può inoltre disporre la sospensione del mercato, in occasione di manifestazioni di grande richiamo, quando, per il numero di visitatori esterni, si renda necessario

disporre dell'intera area di Via Pascoli.

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.

Art. 16 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 chiedere agli operatori la presentazione del listino dei prezzi di vendita dei loro prodotti.

4. L'operatore che applica 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. 20.

Art. 17 Attrezzatura di vendita

1. Nell'ambito del mercato, sono ammesse le seguenti strutture di vendita:

- a. banco con gazebo o attrezzatura similare;
- b. auto market o rimorchi attrezzati.

2. Le strutture dovranno essere idonee all'uso, decorose, pulite e il più possibile omogenee fra loro per forma e colore.

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.

Art. 18 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 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. 19 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.

2. Non sono ammesse operazioni di trasformazione dei prodotti durante il mercato.

Art. 20 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.

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 regolamento comunale per i servizi di nettezza urbana, o, in mancanza, quelle generali previste dal presente regolamento per le violazioni delle disposizioni in esso contenute.

Art. 21 Pagamento del canone per l'occupazione del 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.

Art. 22 Requisiti igienico-sanitari del mercato, delle attrezzature e del personale addetto al mercato

1. Il mercato contadino di vendita diretta dei prodotti dell'agricoltura, rispetta le normative specifiche in vigore per quanto compatibili dei vigenti regolamenti comunali in materia 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 rintracciabilità.

4. Le strutture mobili 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. 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;

e. i prodotti alimentari devono essere collocati in modo da evitare, per quanto ragionevolmente possibile, i rischi di contaminazione;

f. per la vendita di alimenti deperibili sia sfusi che confezionati tutti i punti vendita devono essere provvisti di vetrine espositrici e di utensili in grado di garantire la necessaria protezione, conservazione, nonché separazione tra i diversi prodotti;

g. 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;

TITOLO II SANZIONI

Art. 23 Vigilanza, Controlli e sanzioni.

1. L'attività di vigilanza del mercato contadino di vendita diretta è esercitata prioritariamente dagli agenti della Polizia Locale, potranno, altresì, effettuare attività ispettive e di polizia amministrativa (ai sensi della Legge 24 Novembre 1981, n.689 e s.m. i) tutti gli ufficiali ed agenti di P.G.

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 contadino o di esperti

della materia, e/o rivolgersi, a seconda dei casi, all'ATS, 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 cinque giornate, dopo l'accertamento di una violazione del presente Regolamento.

Si procederà con la revoca della concessione di posteggio, nei seguenti casi:

1. assenza ingiustificata a dieci mercati nell'arco dell'anno solare;
2. quando siano state comminate due sospensioni del presente Regolamento;
3. mancato pagamento dei canoni e/o tributi dovuti al Comune di Lissone dopo la verifica presso il competente Servizio Tributi del Comune o suo concessionario.
4. Ai fini dell'applicazione di quanto previsto dal comma 3, non si computano, e si considerano quindi giustificate, le assenze documentate e trasmesse via PEC o altre trasmissioni di cui si sia certi della provenienza e del mittente, al Comune di Lissone.
5. La perdita dei requisiti di cui all'art.5, comporta la decadenza della titolarità del posteggio.
6. 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 s.m. nonché nel D.Lgs. 18/08/2000, n.267.
7. 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 euro 25,00, (euro venticinque/00) fino ad un massimo di euro 500,00 (euro cinquecento/00).

TITOLO III NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 24 Norme transitorie e finali

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

In merito alla gestione da parte dell'associazione degli agricoltori attualmente in possesso dell'autorizzazione annuale, in via sperimentale, questa è autorizzata nella prosecuzione dell'attività di gestione del mercato agricolo denominato "campagna Amica" fino alla predisposizione di un bando per l'assegnazione in "Gestione", di cui all'art 7, del presente regolamento ovvero fino alla fine delle operazioni di assegnazione delle concessioni da assegnare con i nuovi bandi da emanare.

La Giunta Comunale sulla base degli indirizzi di cui all'art 8, darà seguito alle conseguenti disposizioni in merito alla scelta da adottare tenendo anche conto della relazione che verrà richiesta all'Associazione circa i risultati ottenuti durante la fase di sperimentazione attualmente in corso, corredata dei dati di affluenza di soddisfazione dei cittadini di una indicazione di soddisfazione degli operatori in ragione del fatturato e delle indicazioni di vendita dei prodotti in conseguenza anche dei cambiamenti dei fattori climatici.

Art. 25 Entrata in vigore ed abrogazioni

1. Il presente Regolamento entra in vigore ai sensi dell'art. 45 dello Statuto Comunale subito alla data di esecutività della Deliberazione di Consiglio Comunale di approvazione