



COMUNE DI LEVERANO

(Prov. di LECCE)

**REGOLAMENTO PER LO SVOLGIMENTO DI UN MERCATO
RISERVATO ALLA VENDITA DIRETTA DA PARTE DEGLI IMPRENDITORI AGRICOLI**
*(Decreto Ministero delle risorse agricole alimentari e forestali 20/11/2007 in attuazione dell'articolo 1,
comma 1065, della legge 27 dicembre 2006, n. 296)*

Regolamento approvato
con delibera di C.C.
n° 23 del 04/06/2008

1. Finalità del regolamento	2
2. Caratteristiche	2
3. Soggetti ammessi alla vendita.....	3
4. Prodotti agricoli in vendita	3
5. Vendita ed altre attività consentite	3
6. Modalità di vendita.....	4
7. Addetti alla vendita	4
8. Obblighi degli imprenditori agricoli partecipanti al mercato	4
9. Comitato del Mercato Contadino	5
9. Compiti dell'associazione autorizzata (o soggetto autorizzato)	5
10. Disciplina amministrativa e controlli	5

Il Mercato Contadino “” riservato alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli è stato istituito con delibera ¹¹..... del Comune di Leverano n. del in applicazione del Decreto del Ministro delle risorse agricole alimentari e forestali 20/11/2007 in attuazione dell'articolo 1, comma 1065, della legge 27 dicembre 2006, n. 296.

Il mercato è finalizzato alla valorizzazione e promozione delle produzioni tipiche del territorio, con particolare riguardo alle produzioni biologiche.

Favorendo le occasioni di incontro fra imprenditori agricoli e consumatori del Salento si persegue il duplice obiettivo di una maggiore redditività per le imprese e la trasparenza nei confronti dei consumatori rispetto a provenienza, freschezza e qualità dei prodotti.

Tramite la riduzione della catena distributiva, si auspica un effetto positivo sui prezzi al consumo dei prodotti agricoli e loro trasformati nonché sull'inquinamento atmosferico derivante dal trasporto delle merci.

Infine, attraverso attività didattiche e dimostrative da realizzare nell'ambito del mercato si persegue l'obiettivo di diffondere l'educazione alimentare, l'informazione al consumatore, maggiori conoscenze del territorio e dell'economia locale.

1. Finalità del disciplinare

- 1) La finalità del presente regolamento ¹² è di fissare le norme che stabiliscono la partecipazione al mercato riservato alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli.
- 2) In particolare il regolamento è teso a raggiungere gli obiettivi di qualità di seguito indicati:
 - Tutelare la qualità dei prodotti, favorendo tutte le iniziative che garantiscono il consumatore e facilitano la sua libertà di scelta alimentare (trasparenza delle etichette e delle indicazioni riguardanti i prodotti, garanzia sull'origine dei cibi, sulla genuinità e sui trattamenti fitosanitari).
 - Fornire a coloro che utilizzano l'area per la vendita dei propri prodotti la garanzia di poter operare in un contesto idoneo, nel rispetto di regole comportamentali certe .

2. Caratteristiche

- 1) Il mercato ha le seguenti caratteristiche:
 - Svolgimento¹³: Annuale
 - Periodicità _____ nelle _____ giornate di _____
(quotidiano, settimanale, quindicinale, mensile)
 - Ubicazione: Area Mercatale
 - Numero massimo di posteggi /oppure numero massimo operatori ammessi : n. ____
- 2) Gli orari di vendita e l'accesso sono stabiliti con Ordinanza del Sindaco ai sensi dell'art. 50 del D.Lgs 267/2000¹⁴ .

¹¹ Si ritiene opportuno istituire il mercato con delibera del Consiglio.

¹² Sono esclusi da questo disciplinare gli spacci aziendali e la vendita diretta effettuata fuori dai mercati.

¹³ In relazione alla frequenza si potranno inserire clausole del tipo: con frequenza obbligatoria nei giorni .

¹⁴ In tale atto, a seconda dell'ubicazione, della dimensione e della viabilità, sentito il Comandante della Polizia municipale si potranno stabilire, ove necessario, anche i limiti orari di accesso all'area per l'allestimento dei banchi di vendita.

3. Soggetti ammessi alla vendita

- 1) Sono ammessi alla vendita gli imprenditori agricoli 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 di imprenditori agricoli e i loro consorzi, nonché le società di cui all'art. 1, co. 1094, della legge 27/12/2006, n. 296.
- 2) I soggetti ammessi alla vendita devono essere in possesso dei requisiti previsti dall'art. 4 del D.lgs. 18/5/2001 n. 228.
- 3) L'azienda agricola o, in caso di società, le aziende agricole dei soci devono essere ubicate nell'ambito territoriale¹⁵ salentino (Comuni delle Province di Lecce, Brindisi e Taranto) con riferimento alla sede principale risultante dal registro delle Imprese

4. Prodotti agricoli in vendita

- 1) I prodotti agricoli posti in vendita, anche ottenuti a seguito di attività di manipolazione o trasformazione, devono avere le seguenti caratteristiche:
 - a) provenire dall'ambito territoriale salentino (Comuni delle Province di Lecce, Brindisi e Taranto)¹⁶;
 - b) provenire dalla propria azienda o dall'azienda dei soci imprenditori agricoli, ovvero da imprenditori agricoli dell'ambito territoriale di cui alla lettera a), nel rispetto del limite della prevalenza di cui all'art. 2135 del codice civile;
 - c) essere conformi alla disciplina in materia di igiene degli alimenti, tenendo conto che la gamma dei prodotti vendibili nel Mercato Contadino è soggetta alle limitazioni- diversificate secondo le strutture utilizzate - indicate dall'Azienda USL di Lecce.
 - d) essere etichettati nel rispetto della disciplina in vigore per i singoli prodotti e con l'indicazione del luogo di origine.
- 2) L'imprenditore agricolo deve indicare con appositi cartelli ben leggibili al pubblico gli eventuali prodotti provenienti da altre aziende agricole e, per tali prodotti, deve indicare denominazione e sede dell'impresa produttrice.
- 3) In caso di vendita promiscua, lo spazio espositivo deve essere organizzato in modo da separare o evidenziare, con cartelli o altri strumenti idonei, i prodotti insigniti da marchi di qualità a partire da quelli comunitari DOP, IGP, ma anche i DOC e DOCG per quanto riguarda i vini, oltre al biologico e ai marchi aziendali di prodotto.
- 4) *I prodotti venduti devono essere privi di organismi geneticamente modificati/ NO OGM*

5. Vendita ed altre attività consentite

- 1) Nell'ambito del mercato, oltre alla vendita dei prodotti agricoli, sono ammesse :
 - a) attività di trasformazione e confezionamento dei prodotti agricoli da parte degli imprenditori agricoli nel rispetto delle norme igienico-sanitarie,
 - b) attività didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari, tradizionali ed artigianali del territorio rurale di riferimento organizzate dagli imprenditori agricoli o da altri soggetti sinergici alle attività concordate con l'ente comunale,
 - c) partecipazione di altri operatori sulla base di quanto previsto dall'art. 4 del decreto 20/11/2007¹⁷.

¹⁵In base all'art2 del decreto, l'ubicazione dell'azienda agricola deve essere nel'ambito territoriale amministrativo della regione o negli ambiti definiti dalle singole amministrazioni competenti.

¹⁶ L'ambito territoriale di provenienza dei prodotti può coincidere con quello del punto 3 oppure può essere più ampio.

¹⁷ E' opportuno individuare le tipologie di attività compatibili con il mercato ad esempio, si potrebbero prevedere attività quali: apicoltura, ristorazione, produzione di prodotti tipici locali alimentari e non, ecc.

Il Comune può precisare il numero dei banchi riservati a tali attività (o la % in rapporto al totale).

6. Modalità di vendita

- 1) Nell'area mercatale la vendita può avvenire utilizzando:
solo banchi vendita
- 2) Sotto l'aspetto igienico sanitario, le attività di cui agli artt. 4 e 5 devono essere svolte in conformità a quanto previsto dal Regolamento CE 852/2004 e con l'osservanza di quanto indicato dall'Azienda USL di Lecce.
- 3) Le merci devono essere pesate con bilance idonee e vendute a peso netto.
- 4) I prodotti esposti per la vendita, ovunque collocati devono recare in modo chiaro e ben leggibile il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo. Inoltre, nel Mercato Contadino i prezzi devono essere indicati per unità di misura, con le modalità previste dagli articoli da 13 a 17 del D.lgs. 6/9/2005 n. 206 recante Norme a tutela del consumatore.

7. Addetti alla vendita

- 1) L'attività di vendita può essere esercitata dai titolari dell'impresa o dai soci in caso di società o cooperativa agricola e dai relativi familiari coadiuvanti, dai soci delle società di cui all'art. 1, co. 1094, della legge 27 dicembre 2006, n. 296 nonché dal personale dipendente di ciascuna impresa.
- 2) *Ciascun operatore è tenuto ad indossare¹⁸ scelto/eventualmente fornito dall'Amministrazione Comunale o dall'Associazione autorizzata.*

8. Obblighi degli imprenditori agricoli partecipanti al mercato

- 1) Gli imprenditori agricoli partecipanti al mercato sono tenuti alla stretta osservanza di quanto previsto agli artt 3, 4 ,5, 6 e 7 del presente disciplinare, inoltre devono:
 - a) *esporre sul banco vendita un cartello ben leggibile recante l'identificazione dell'azienda agricola;*
 - b) *comunicare al Comune, tramite apposite schede, i prezzi praticati;*
 - c) *osservare le disposizioni dell'amministrazione comunale riguardanti gli orari di accesso e sgombro dell'area mercatale;*
 - d) *osservare eventuali disposizioni dell'amministrazione comunale riguardanti l'accesso e la sosta dei veicoli utilizzati per il trasporto delle merci;*
 - e) *utilizzare soltanto energia elettrica proveniente da impianti pubblici o da sorgenti, comunque, non inquinanti;*
 - f) *osservare le disposizioni per la raccolta differenziata e il conferimento dei rifiuti stabilite dall'Amministrazione comunale;*
 - g) *lasciare pulito lo spazio occupato;*
 - h) *proporre, nel rispetto delle norme igienico sanitarie vigenti, la degustazione dei prodotti, anche in forma organizzata (degustazioni tipiche, abbinamenti culinari);*
 - i) *aderire ad iniziative di promozione del Mercato riguardanti momenti di accoglienza integrativi ed aggregativi con il cliente, per far conoscere il percorso dei prodotti dalla terra alla tavola quali: visite dell'azienda, incontri con le scuole, attività specifiche similari;*
 - h) *provvedere al pagamento dei costi per il consumo di energia elettrica e raccolta rifiuti, e TOSAP.*

¹⁸ *Si possono prevedere ad esempio: casacche, grembiuli, capellini....)*

9. Comitato del Mercato Contadino¹⁹

- 1) I partecipanti al Mercato Contadino possono costituire il Comitato del Mercato, coi seguenti compiti
 - a) raccolta e relativa trasmissione al Comune delle schede di cui all'art. 8 co. 1 lett. b) relative ai prezzi praticati nel mercato;
 - b) organizzazione di iniziative promozionali e pubblicitarie;
 - c) organizzazione (temporanee o permanenti) di attività didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari, tradizionali ed artigianali del territorio rurale di riferimento;
 - d) elaborazioni di proposte rivolte all'amministrazione comunale sul funzionamento del mercato.

OPPURE, nel caso in cui il mercato sia gestito da un'associazione:

9. Compiti dell'associazione autorizzata (o soggetto autorizzato)

- 1) Sono a carico dell'associazione autorizzata i seguenti compiti:
 - a) *raccolta e relativa trasmissione al Comune delle schede di cui all'art. 8 co. 1 lett. b) relative ai prezzi praticati nel mercato,*
 - b) organizzazione della pubblicità del mercato e di iniziative promozionali e pubblicitarie, anche in collaborazione con l'Amministrazione comunale *e previo patrocinio delle stesse,*
 - c) organizzazione (temporanee o permanenti) di attività didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari, tradizionali ed artigianali del territorio rurale di riferimento,
 - d) elaborazioni di proposte rivolte all'amministrazione comunale sul funzionamento del mercato.

10. Disciplina amministrativa e controlli

- 1) L'esercizio dell'attività di vendita nell'ambito del Mercato Contadino, secondo quanto previsto dall'art. 3 del D.M. 20/11/2007, non è soggetto alla disciplina sul commercio.
- 2) Il Mercato Contadino è soggetto all'attività di controllo del Comune, che accerta il rispetto delle disposizioni di cui al citato decreto e del presente regolamento.

¹⁹ Da prevedere nel caso il mercato non sia autorizzato o dato in gestione ad un'associazione e solo se gli operatori sono in numero superiore a 10 unità.

APPENDICE

Di seguito sono riportate alcune delle norme citate nel disciplinare.

Art. 2135 del codice civile come modificato dal D.lgs. 228/2001:

“ È imprenditore agricolo chi esercita una delle seguenti attività: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse. Per coltivazione del fondo, per selvicoltura e per allevamento di animali si intendono le attività dirette alla cura ed allo sviluppo di un ciclo biologico o di una fase necessaria del ciclo stesso, di carattere vegetale o animale, che utilizzano o possono utilizzare il fondo, il bosco o le acque dolci, salmastre o marine. Si intendono comunque connesse le attività, esercitate dal medesimo imprenditore agricolo, dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione che abbiano ad oggetto prodotti ottenuti prevalentemente dalla coltivazione del fondo o del bosco o dall'allevamento di animali, nonché le attività dirette alla fornitura di beni o servizi mediante l'utilizzazione prevalente di attrezzature o risorse dell'azienda normalmente impiegate nell'attività agricola esercitata, ivi comprese le attività di valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale e forestale, ovvero di ricezione ed ospitalità come definite dalla legge. ”

Art. 1 del D.lgs 228/2001:

“Si considerano imprenditori agricoli le cooperative di imprenditori agricoli ed i loro consorzi quando utilizzano per lo svolgimento delle attività di cui all'articolo 2135 del codice civile, come sostituito dal comma 1 del presente articolo, prevalentemente prodotti dei soci, ovvero forniscono prevalentemente ai soci beni e servizi diretti alla cura ed allo sviluppo del ciclo biologico.”

Art. 4, co. 6, del D.lgs. 18/5/2001 n. 228:

“Non possono esercitare l'attività di vendita diretta 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.”

Capo III - Particolari modalità di informazione

Sezione I - Indicazione dei prezzi per unità di misura

13. Definizioni.

1. Ai fini del presente capo si intende per:

- a) prezzo di vendita: il prezzo finale, valido per una unità di prodotto o per una determinata quantità del prodotto, comprensivo dell'IVA e di ogni altra imposta;
- b) prezzo per unità di misura: il prezzo finale, comprensivo dell'IVA e di ogni altra imposta, valido per una quantità di un chilogrammo, di un litro, di un metro, di un metro quadrato o di un metro cubo del prodotto o per una singola unità di quantità diversa, se essa è impiegata generalmente e abitualmente per la commercializzazione di prodotti specifici;
- c) prodotto commercializzato sfuso: un prodotto che non costituisce oggetto di alcuna confezione preliminare ed è misurato alla presenza del consumatore;
- d) prodotto venduto al pezzo: un prodotto che non può essere frazionato senza subire una modifica della sua natura o delle sue proprietà;
- e) prodotto venduto a collo: insieme di pezzi omogenei contenuti in un imballaggio;
- f) prodotto confezionato: l'unità di vendita destinata ad essere presentata come tale al consumatore ed alle collettività, costituita da un prodotto e dall'imballaggio in cui è stato immesso prima di essere posto in vendita, avvolta interamente o in parte in tale imballaggio ma comunque in modo che il contenuto non possa essere modificato senza che la confezione sia aperta o alterata.

14. Campo di applicazione.

1. Al fine di migliorare l'informazione del consumatore e di agevolare il raffronto dei prezzi, i prodotti offerti dai commercianti ai consumatori recano, oltre alla indicazione del prezzo di vendita, secondo le disposizioni vigenti, l'indicazione del prezzo per unità di misura, fatto salvo quanto previsto all'articolo 16.

2. Il prezzo per unità di misura non deve essere indicato quando è identico al prezzo di vendita.

3. Per i prodotti commercializzati sfusi è indicato soltanto il prezzo per unità di misura.

4. La pubblicità in tutte le sue forme ed i cataloghi recano l'indicazione del prezzo per unità di misura quando è indicato il prezzo di vendita, fatti salvi i casi di esenzione di cui all'articolo 16.

5. La presente sezione non si applica:

- a) ai prodotti forniti in occasione di una prestazione di servizi, ivi compresa la somministrazione di alimenti e bevande;
- b) ai prodotti offerti nelle vendite all'asta;
- c) agli oggetti d'arte e d'antiquariato.

15. Modalità di indicazione del prezzo per unità di misura.

1. Il prezzo per unità di misura si riferisce ad una quantità dichiarata conformemente alle disposizioni in vigore.

2. Per le modalità di indicazione del prezzo per unità di misura si applica quanto stabilito dall'articolo 14 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante riforma della disciplina relativa al settore del commercio.

3. Per i prodotti alimentari preconfezionati immersi in un liquido di governo, anche congelati o surgelati, il prezzo per unità di misura si riferisce al peso netto del prodotto sgocciolato.

4. È ammessa l'indicazione del prezzo per unità di misura di multipli o sottomultipli, decimali delle unità di misura, nei casi in cui taluni prodotti sono generalmente ed abitualmente commercializzati in dette quantità.

5. I prezzi dei prodotti petroliferi per uso di autotrazione, esposti e pubblicizzati presso gli impianti automatici di distribuzione dei carburanti, devono essere esclusivamente quelli effettivamente praticati ai consumatori. È fatto obbligo di esporre in modo visibile dalla carreggiata stradale i prezzi praticati al consumo.

16. Esenzioni.

1. Sono esenti dall'obbligo dell'indicazione del prezzo per unità di misura i prodotti per i quali tale indicazione non risulti utile a motivo della loro natura o della loro destinazione, o sia di natura tale da dare luogo a confusione. Sono da considerarsi tali i seguenti prodotti:

- a) prodotti commercializzati sfusi che possono essere venduti a pezzo o a collo;
- b) prodotti di diversa natura posti in una stessa confezione;
- c) prodotti commercializzati nei distributori automatici;
- d) prodotti destinati ad essere mescolati per una preparazione e contenuti in un unico imballaggio;
- e) prodotti preconfezionati che siano esentati dall'obbligo di indicazione della quantità netta secondo quanto previsto dall'*articolo 9 del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109, e successive modificazioni, concernenti l'attuazione delle direttive comunitarie in materia di etichettatura dei prodotti alimentari;*
- f) alimenti precucinati o preparati o da preparare, costituiti da due o più elementi separati, contenuti in un unico imballaggio, che necessitano di lavorazione da parte del consumatore per ottenere l'alimento finito;
- g) prodotti di fantasia;
- h) gelati monodose;
- i) prodotti non alimentari che possono essere venduti unicamente al pezzo o a collo.

2. Il Ministro dello sviluppo economico, con proprio decreto, può aggiornare l'elenco delle esenzioni di cui al comma 1, nonché indicare espressamente prodotti o categorie di prodotti non alimentari ai quali non si applicano le predette esenzioni.

17. Sanzioni.

1. Chiunque omette di indicare il prezzo per unità di misura o non lo indica secondo quanto previsto dalla presente sezione è soggetto alla sanzione di cui all'*articolo 22, comma 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, da irrogare con le modalità ivi previste.*