

Legge regionale PUGLIA 1° agosto 2003, n. 11

Nuova disciplina del commercio

(B.U.R. n. 87, 1° agosto 2003, Supplemento)

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

PROMULGA

La seguente legge

TITOLO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 (Oggetto della legge)

1. Con la presente legge e con i provvedimenti ad essa collegati e successivi, la Regione disciplina l'esercizio dell'attività commerciale, gli indirizzi di programmazione della rete distributiva e gli interventi volti alla qualificazione e allo sviluppo del commercio, in conformità di quanto stabilito dall'articolo 41 della Costituzione, dei principi della legge 10 ottobre 1990, n. 287, recante norme per la tutela della concorrenza e del mercato, e dall'articolo 1336 del codice civile.

2. La presente legge non si applica:

- a) ai farmacisti e ai direttori di farmacie delle quali i Comuni assumono l'impianto e l'esercizio ai sensi della legge 2 aprile 1968, n. 475, e successive modificazioni, e della legge 8 novembre 1991, n. 362, e successive modificazioni, qualora vendano esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;
- b) ai titolari di rivendite di generi di monopolio qualora vendano esclusivamente generi di monopolio di cui all'articolo 2135 del codice civile, alla legge 25 marzo 1959, n. 125, e successive modificazioni, e alla legge 9 febbraio 1963, n. 59, e successive modificazioni, nonché nei limiti di cui all'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228;
- c) alle associazioni dei produttori ortofrutticoli costituite ai sensi della legge 27 luglio 1967, n. 622, e successive modificazioni;
- d) ai produttori agricoli, singoli o associati, i quali esercitano attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del codice civile, alla legge 25 marzo 1959, n. 125, e successive modificazioni, e alla legge 9 febbraio 1963, n. 59, e successive modificazioni, nonché nei limiti di cui all'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228;
- e) alle vendite di carburanti nonché degli oli minerali di cui all'articolo 1 del regolamento approvato con regio decreto 20 luglio 1934, n. 1303, e successive modificazioni. Per vendita di carburanti si intende la vendita dei prodotti per uso di autotrazione, compresi i lubrificanti, effettuata negli impianti di distribuzione automatica di cui all'articolo 16 del decreto-legge 26 ottobre 1970, n. 745, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 dicembre 1970, n. 1034, e successive modificazioni, e al decreto legislativo 11 febbraio 1998, n. 32;
- f) agli artigiani iscritti nell'albo di cui all'articolo 5, primo comma, della legge 8 agosto 1985, n. 443, per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio;
- g) ai pescatori e alle cooperative di pescatori, nonché ai cacciatori, singoli o associati, che vendano al pubblico, al dettaglio, la cacciagione e i prodotti ittici provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività e a coloro che esercitano la vendita dei prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti ad usi civici nell'esercizio dei diritti di erbativo, di fungatico e di diritti similari;
- h) a chi venda o esponga per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica o informativa, realizzate anche mediante supporto informatico;
- i) alla vendita dei beni del fallimento effettuata ai sensi dell'articolo 106 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267, e successive modificazioni;
- j) l) all'attività di vendita effettuata durante il periodo di svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti dei visitatori, purché riguardi le sole merci oggetto delle manifestazioni e non duri oltre il periodo di svolgimento delle manifestazioni stesse;
- k) m) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o enti territoriali che vendano pubblicazioni o altro materiale informativo, anche su supporto informatico, di propria o altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività.

3. Resta fermo quanto previsto per l'apertura delle sale cinematografiche dalla legge 4 novembre 1965, n. 1213, e successive modificazioni, nonché dal decreto legislativo 8 gennaio 1998, n. 3.

Art. 2 (Articolazione dell'intervento regionale)

1. L'attuazione della presente legge avviene attraverso provvedimenti attuativi contenenti:

- a) i requisiti e le procedure per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita; (1)
- b) gli obiettivi di presenza e di sviluppo per le grandi strutture di vendita; (2)
- c) le modalità di organizzazione, la durata e le materie dei corsi professionali di cui all'articolo 6; (3)
- d) la definizione di comune ad economia prevalentemente turistica e città d'arte di cui all'articolo 18; (4)
- e) le modalità di effettuazione delle vendite straordinarie di cui all'articolo 20; (5)
- f) le modalità per l'organizzazione e il funzionamento dell'Osservatorio regionale di cui all'articolo 21; (6)

- g) le modalità di autorizzazione e finanziamento dei centri di assistenza tecnica di cui all'[articolo 22](#).(7)

2. I provvedimenti attuativi di cui al comma 1 sono adottati entro il 31 marzo 2004 a seguito di parere obbligatorio delle rappresentanze degli enti locali e previa consultazione delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio maggiormente rappresentative a livello regionale. Sui provvedimenti si avvia altresì la consultazione delle Organizzazioni sindacali dei lavoratori.(8).

3. Con le stesse procedure e nei termini di cui ai precedenti commi, la Giunta regionale provvede ad adottare, di concerto con le Camere di commercio e sentito l'Osservatorio del commercio, le disposizioni necessarie affinché per le comunicazioni e le autorizzazioni di cui alla presente legge, venga utilizzata una modulistica univoca.

Art. 3 (Finalità)

1. La presente legge e i provvedimenti attuativi previsti dall'[articolo 2](#) perseguono le seguenti finalità:

- a) la tutela dei consumatori in riferimento alla corretta informazione sull'assortimento, sicurezza e qualità e alla pubblicizzazione dei prezzi, dei prodotti, nonché delle possibilità di approvvigionamento;
- b) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
- c) il contenimento dei prezzi;
- d) lo sviluppo della rete distributiva secondo criteri di efficienza e modernizzazione, promuovendo il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
- e) l'equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali in rapporto con l'uso del suolo e delle risorse territoriali, in raccordo con le disposizioni della [legge regionale 31 maggio 1980, n. 56](#) in materia di tutela del territorio e della deliberazione della Giunta regionale del 13 novembre 1989, n. 6320, relativa ai criteri per la formazione degli strumenti urbanistici e per il calcolo del fabbisogno residenziale e produttivo, e della [legge regionale 27 luglio 2001, n. 20](#) (Norme generali di governo e uso del territorio);
- f) il concorso alla valorizzazione delle produzioni tipiche pugliesi, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale;
- g) la conservazione e rivitalizzazione della funzione commerciale all'interno dei centri storici nelle aree urbane;
- h) l'articolazione di un servizio di prossimità nelle aree periferiche e di nuova urbanizzazione;
- i) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree rurali, montane e nei comuni minori, con particolare riferimento a quelli con minore dotazione di servizio;
- j) la qualificazione e l'aggiornamento professionale degli operatori commerciali, con particolare riguardo ai titolari di piccole e medie imprese;
- k) la predisposizione di un sistema di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva regionale, attraverso il coordinamento operativo tra Regione, Comuni e Camere di commercio per la gestione dei flussi informativi;
- l) la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, anche attraverso un sistema decisionale coordinato tra le Regioni, le Province e i Comuni;
- m) l'articolazione del servizio sul territorio al fine di minimizzare gli spostamenti generati dalla funzione commerciale.

Art. 4 (Definizioni)

1. Ai fini della presente legge si intendono:

- a) per commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;
- b) per commercio al dettaglio, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;
- c) per superficie di vendita di un esercizio commerciale, la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita. Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici, gli spazi collocati davanti alle casse e altri servizi nei quali non è previsto l'ingresso dei clienti;
- d) per superficie di vendita di un centro commerciale, quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

2. Per forme speciali di vendita al dettaglio si intende:

- a) la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubbliche o private, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;
- b) la vendita per mezzo di apparecchi automatici;
- c) la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione;
- d) la vendita presso il domicilio dei consumatori.

Art. 5 (Classificazione delle strutture commerciali)

1. Il presente articolo definisce la classificazione delle strutture commerciali; nell'ambito dei provvedimenti attuativi di cui all'[articolo 2, comma 1, lettere a\) e b\)](#), possono essere determinate specificazioni alle classificazioni, alla loro applicazione nonché mutare i limiti massimi di cui ai commi 2 e 3 articolandoli per le diverse classificazioni merceologiche anche in funzione di specifici obiettivi di sviluppo.

2. I settori merceologici, definiti sulla base della classificazione ISTAT-ATECO91, sono i seguenti:

- a) settore alimentare e misto (alimentare e non alimentare);
- b) settore non alimentare beni per la persona: comprendente i prodotti non alimentari dei settori 52.33 cosmetici e articoli di erboristeria, 52.42 abbigliamento, 52.43 calzature;
- c) settore non alimentare altri beni: 52.44 mobili e articoli d'illuminazione, 52.45 elettrodomestici e apparecchi radio e televisori, 52.46.1 ferramenta articoli per il fai da te, 52.47 libri e articoli di cartoleria, 52.48 altri prodotti;
- d) settore non alimentare altri beni a basso impatto urbanistico: comprendente i prodotti non alimentari dei settori: 50.1 commercio autoveicoli, 52.46.3 articoli igienico sanitari, 52.46.4 materiali per l'edilizia, 52.46.5 materiali termoidraulici, 52.46.6 macchine attrezzature e prodotti per l'agricoltura e il giardinaggio, 52.48.8 natanti e accessori, nel caso in cui siano commercializzati solo i prodotti di cui al presente settore. La superficie di vendita dell'esercizio è calcolata nella misura di 1/10 della superficie di vendita come definita all'[articolo 4, comma 1, lettera c\)](#).

3. Le tipologie dimensionali degli esercizi commerciali sono le seguenti:

- a) esercizi di vicinato: con superficie di vendita fino a 250 mq;
- b) medie strutture di vendita: con superficie di vendita compresa tra 251 e 2.500 mq così articolate:
 - 1) M1. medie strutture di livello locale con superficie di vendita da 251 fino a 600 mq;
 - 2) M2. medie strutture intermedie con superficie di vendita da 601 a 1.500 mq;
 - 3) M3. medie strutture attrattive con superficie di vendita da 1501 a 2500 mq.;
- c) grandi strutture di vendita: con superficie di vendita superiore ai 2.500 mq. così articolate:
 - 1) G1 grandi strutture inferiori con superficie di vendita da 2.501 a 4.500 mq;
 - 2) G2 grandi strutture superiori con superficie di vendita maggiore di 4.500 mq. fino a 15.000 mq.

4. Le modalità insediative degli esercizi commerciali sono le seguenti:

- a) strutture isolate: esercizi che non condividono spazi, accessibilità e servizi con altre strutture commerciali con una superficie di vendita massima di 15.000 mq.;
- b) centro commerciale: costituito da un'insieme di più esercizi commerciali inseriti in una struttura a destinazione specifica, ovvero di una struttura architettonica unitaria, che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente con una superficie di vendita massima di 25.000 mq di cui almeno il 20 per cento destinato a esercizi di vicinato;
- c) area commerciale integrata: un'area prevalentemente dedicata al commercio in cui esistono o vengono progettate una pluralità di medie e grandi strutture di vendita, anche insediate in unità edilizie autonome e realizzate in tempi diversi, configurabili come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti.

5. Gli insediamenti di cui alle lettere a), b) e c) del precedente comma devono essere previsti nella programmazione commerciale e dagli strumenti urbanistici dei comuni e autorizzati secondo le modalità previste dall'[articolo 2, comma 1, lettere a\) e b\)](#).

6. Sono definiti di interesse locale i centri commerciali che, per collocazione e strutturazione, non esercitano significativi effetti sulla rete distributiva di altri comuni oltre a quello in cui sono insediati e che hanno una superficie di vendita massima di 4.000 mq in cui la superficie di un singolo esercizio non può essere superiore alla categoria M3. Tali strutture verranno attivate secondo le previsioni delle medie superfici.

Art. 6 (Requisiti di accesso all'attività)

1. L'esercizio, in qualsiasi forma, di un'attività di commercio, anche se effettuata nei confronti di una cerchia determinata di persone, è consentito a chi è in possesso di uno dei seguenti requisiti professionali:

- a) avere frequentato con esito positivo un corso professionale per il commercio riconosciuto dalla Regione Puglia, da un'altra Regione o dalle Province autonome di Trento e Bolzano ovvero essere almeno in possesso di un diploma di istituto secondario; (9)
- b) avere esercitato in proprio, per almeno due anni nell'ultimo quinquennio, l'attività di vendita all'ingrosso o al dettaglio o avere prestato la propria opera, per almeno due anni nell'ultimo quinquennio, presso imprese esercenti l'attività, in qualità di dipendente qualificato addetto alla vendita o all'amministrazione o, se trattasi di coniuge o parente o affine, entro il terzo grado dell'imprenditore, in qualità di coadiutore familiare, comprovata dall'iscrizione all'INPS. Per gli esercenti attività nel settore alimentare vengono definiti requisiti formativi specifici.

2. In caso di società, il possesso di uno dei requisiti di cui al comma 1 è richiesto con riferimento al legale rappresentante o ad altra persona specificamente preposta all'attività commerciale.

3. Non possono esercitare l'attività commerciale, salvo che abbiano ottenuto la riabilitazione:

- a) coloro che sono stati dichiarati falliti;

- b) coloro che hanno riportato una condanna, con sentenza passata in giudicato, per delitto non colposo, per il quale è prevista una pena detentiva non inferiore nel minimo a tre anni, sempre che sia stata applicata, in concreto, una pena superiore al minimo edittale;
- c) coloro che hanno riportato una condanna a pena detentiva, accertata con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti di cui al titolo II e VIII del libro II del codice penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;
- d) coloro che hanno riportato due o più condanne a pena detentiva o a pena pecuniaria, nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività, accertate con sentenza passata in giudicato, per uno dei delitti previsti dagli [articoli 442, 444, 513, 513-bis, 515, 516 e 517 del codice penale](#), o per delitti di frode nella preparazione o nel commercio degli alimenti, previsti da leggi speciali;
- e) coloro che sono sottoposti a una delle misure di prevenzione di cui all'[legge 27 dicembre 1956, n. 1423](#), o nei cui confronti sia stata applicata una delle misure previste dalla [legge 31 maggio 1965, n. 575](#), ovvero siano stati dichiarati delinquenti abituali, professionali o per tendenza.

4. L'accertamento delle condizioni di cui al comma 3 è effettuato sulla base delle disposizioni previste dall'[articolo 688 del codice di procedura penale](#), dal [decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445](#), dall'[articolo 10-bis della legge 31 maggio 1965, n. 575](#) e dall'[articolo 18 della legge 7 agosto 1990, n. 241](#).

5. Il divieto di esercizio dell'attività commerciale, ai sensi del comma 3, permane per la durata di cinque anni a decorrere dal giorno in cui la pena è stata scontata o si sia in altro modo estinta, ovvero, qualora sia stata concessa la sospensione condizionale della pena, dal giorno del passaggio in giudicato della sentenza.

TITOLO II

PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Art. 7 *(Contenuti dei documenti di programmazione)*

1. In attuazione delle finalità di cui all'[articolo 3](#), i documenti regionali di programmazione della rete distributiva di cui all'[articolo 2, comma 1, lettere a\) e b\)](#), si articoleranno sulla base delle seguenti direttive:

a) requisiti e procedure per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita. Il documento deve contenere:

1) Procedure per la valutazione delle domande di autorizzazione di grandi strutture di vendita, che comprende:

1.1 modulistica e documentazione necessaria alla presentazione della domanda;

1.2 procedure e funzionamento della Conferenza dei servizi;

1.3 modalità di valutazione delle domande;

1.4 criteri per la valutazione d'impatto dei progetti d'insediamento;

2) Articolazione:

2.1 ulteriori specificazioni in relazione a quanto previsto nell'[articolo 5](#), in relazione alla specificità dei diversi settori, tipologie e modalità insediative;

2.2 definizione e semplificazione dell'iter autorizzativo per: strutture di interesse locale, ampliamenti di modesta entità, strutture rientranti all'interno di aree aventi normative o esigenze specifiche;

3) standard urbanistici: dotazione minima di parcheggi privati pertinenziali, requisiti di accessibilità delle strutture;

4) indicazioni ai Comuni: norme di raccordo fra la programmazione comunale e sovracomunale, per l'individuazione delle aree potenzialmente idonee all'insediamento di medie e grandi strutture di vendita.

b) Obiettivi di presenza e di sviluppo per le grandi strutture di vendita. Il documento deve contenere:

1) previsioni di grandi strutture di vendita sul territorio regionale per: settore merceologico, classe dimensionale e tipologia insediativa;

2) indirizzi e obiettivi di espansione della rete distributiva che ne garantiscano un equilibrio sul territorio. Le aree sovracomunali configurabili come unico bacino di utenza sono identificate nel territorio delle cinque province;

3) previsioni realizzate sulla base di un'analisi delle esigenze dei consumatori e dell'offerta distributiva esistente e/o autorizzata ancorché non attiva. Si intende confermata la validità dei nulla osta comunque rilasciati sulla base di provvedimenti dei commissari ad acta nominati dai tribunali amministrativi regionali, alla data di approvazione della presente legge. Il rilascio delle relative autorizzazioni è da richiedere entro novanta giorni dalla data di approvazione della presente legge ed è soggetto a verifica, da parte del Comune, della presenza degli altri requisiti di legge;

4) criteri per l'individuazione delle priorità in caso di domande concorrenti.

2. Gli obiettivi di presenza hanno durata di tre anni dalla data della loro approvazione e contengono le modalità di aggiornamento delle previsioni.

Art. 8 *(Modalità di apertura, trasferimento e ampliamento degli esercizi)*

1. L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di un esercizio di vicinato sono soggetti a previa comunicazione al Comune competente per territorio e possono essere effettuati decorsi trenta giorni dall'invio della comunicazione.

2. Nella comunicazione di cui al comma 1 il soggetto interessato dichiara:

a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'[articolo 6](#);

b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;

- c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- d) di aver rispettato il CCNL.

3. L'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di una media o grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio.

4. L'apertura, il trasferimento di sede, il cambiamento di settore di vendita e l'ampliamento della superficie di un centro commerciale necessita:

- a) di autorizzazione per il centro come tale, in quanto media o grande struttura di vendita, che è richiesta dal suo promotore o, in assenza, congiuntamente da tutti i titolari degli esercizi commerciali che vi danno vita, purché associati per la creazione del centro commerciale;
- b) di autorizzazione o comunicazione, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.

5. Nella domanda per il rilascio delle autorizzazioni di cui sopra l'interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'[articolo 6](#);
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- c) le eventuali comunicazioni di cui all'[articolo 9](#);
- d) l'eventuale documentazione richiesta ai sensi del comma 8 del presente articolo.

6. Il Comune adotta le norme sul procedimento concernenti le domande relative alle medie strutture di vendita; stabilisce il termine, comunque non superiore ai novanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi dell'[legge 7 agosto 1990, n. 241](#), e successive modifiche.

7. La domanda di autorizzazione per grandi strutture di vendita è inoltrata al Comune, alla Provincia e alla Regione ed è esaminata da una Conferenza di servizi indetta dalla Regione, composta dai rappresentanti della Regione, della Provincia e del Comune competente per territorio. Le deliberazioni della Conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti e il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Copia dell'autorizzazione deve essere trasmessa alla Regione.

8. Le norme sulle procedure di valutazione delle domande, anche nel caso di domande concorrenti, e sulla documentazione necessaria alla presentazione sono contenute nella normativa di cui all'[articolo 2, comma 1, lettera a\)](#), e sono coordinate con quanto previsto dall'[articolo 16](#) (Procedure di verifica) della [legge regionale 12 aprile 2001, n. 11](#) (Norme sulla valutazione dell'impatto ambientale).

9. Le procedure di valutazione sono volte a:

- a) garantire la trasparenza del procedimento e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento ai sensi dell'[legge 7 agosto 1990, n. 241](#), e successive modifiche;
- b) garantire l'insediamento in aree adeguate dal punto di vista urbanistico e ambientale;
- c) garantire la concorrenza tra diverse aree di insediamento al fine di garantire la migliore qualità degli insediamenti;
- d) definire il termine, comunque non superiore a centottanta giorni dalla richiesta, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego.

10. Alle riunioni della Conferenza di servizi, svolte in seduta pubblica, partecipano a titolo consultivo i rappresentanti dei comuni contermini, delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio e le OO.SS., più rappresentative a livello regionale. Ove il bacino d'utenza riguardi anche parte del territorio di altra regione confinante, la Conferenza dei servizi ne informa la medesima e ne richiede il parere non vincolante ai fini del rilascio dell'autorizzazione.

11. La chiusura, il trasferimento della gestione o della proprietà o la riduzione di superficie di un esercizio commerciale sono soggetti a comunicazione da effettuarsi al Comune competente per territorio. Nel caso di grandi strutture di vendita copia della comunicazione deve essere inviata anche alla Regione.

12. L'attivazione dell'autorizzazione deve essere effettuata integralmente entro un anno dal rilascio per le medie strutture di vendita ed entro due anni per le grandi strutture di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità. La proroga viene concessa dal Comune competente per territorio, per le grandi strutture di vendita previa riunione della Conferenza dei servizi di cui al comma 7.

Art. 9 (Concentrazioni e accorpamenti di esercizi)

1. In assenza di strumenti comunali di programmazione sono sempre concesse, fino al raggiungimento di una superficie di vendita massima di 1.500 mq.:

- a) l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita mediante concentrazione di esercizi di vicinato operanti nello stesso comune da almeno tre anni. La superficie massima di vendita del nuovo esercizio deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati;
- b) l'autorizzazione all'ampliamento di una media struttura di vendita mediante concentrazione o accorpamento di esercizi di vendita operanti nello stesso comune e operanti da almeno tre anni. La superficie massima dell'ampliamento deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati e delle superfici delle medie strutture concentrate o accorpate.

a) **2.** E' fatto salvo il rispetto dei requisiti urbanistici e le dotazioni di parcheggi.

3. I criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita di cui all'[articolo 15, lettera b\)](#), possono inibire o modificare le possibilità previste al comma 1 del presente articolo.

Art. 10 (*Gestione di reparto*)

1. Il titolare di un esercizio commerciale organizzato in più reparti, fermo restando l'applicazione del contratto nazionale di lavoro e il rispetto delle norme vigenti in materia, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di vendita può affidare uno o più reparti, perché lo gestisca in proprio per il periodo di tempo convenuto, a un soggetto in possesso dei requisiti di cui all'[articolo 6](#), dandone comunicazione al registro delle imprese presso la Camera di commercio e al Comune.

2. Qualora non abbia provveduto a tali comunicazioni, il titolare risponde dell'attività del soggetto stesso. Questi, a sua volta, deve dare comunicazione al Comune e alla Camera di commercio. La fattispecie non costituisce caso di sub-ingresso.

Art. 11 (*Sub-ingresso*)

1. Il trasferimento della gestione e della titolarità di un esercizio di vendita per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento della titolarità dell'autorizzazione, sempre che il subentrante possieda i requisiti di cui all'[articolo 6](#) della presente legge.

2. La comunicazione di sub-ingresso è presentata, pena la decadenza, entro sei mesi dalla morte del titolare o entro sessanta giorni dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio.

3. In caso di morte del titolare, l'autorizzazione è reintestata all'erede o agli eredi che ne facciano comunicazione, purché gli stessi abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'[articolo 1105 del codice civile](#), un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società di persone, sempre che abbiano i requisiti di cui all'[articolo 6](#) della presente legge.

TITOLO III

DISPOSIZIONI DI CARATTERE URBANISTICO

Art. 12 (*Planificazione territoriale e urbanistica degli insediamenti commerciali*)

1. I Comuni, entro centottanta giorni dall'emanazione del provvedimento attuativo di cui all'[articolo 2, comma 1, lettera a\)](#), individuano le aree idonee all'insediamento di strutture commerciali attraverso i propri strumenti urbanistici, in conformità degli indirizzi generali di cui all'[articolo 3](#), con particolare riferimento al dimensionamento della funzione commerciale nelle diverse articolazioni previste all'[articolo 5](#).

2. L'insediamento di grandi strutture di vendita e di medie strutture di vendita di tipo M3 è consentito solo in aree idonee sotto il profilo urbanistico e oggetto di piani urbanistici attuativi anche al fine di prevedere le opere di mitigazione ambientale, di miglioramento dell'accessibilità e/o di riduzione dell'impatto socio economico, ritenute necessarie.

Art. 13 (*Dotazione di aree a parcheggio*)

1. I Comuni, in sede di formazione degli strumenti urbanistici generali o nella revisione di quelli vigenti, provvedono a definire, previa analisi dello stato di fatto e delle previsioni di nuovi insediamenti commerciali, le dotazioni di aree private destinate a parcheggio oltre quelli di legge statale.

2. La dotazione di aree private destinate a parcheggio è stabilita dal provvedimento di cui all'[articolo 2, comma 1, lettera a\)](#), tenendo conto della dimensione, del settore merceologico e della tipologia insediativa nonché delle specificità dei centri storici e delle zone urbanizzate.

3. I requisiti relativi alle aree destinate a parcheggio devono sussistere anche a seguito di modifiche della superficie di vendita, a qualunque titolo intervenute. Il venire meno di tali requisiti determina la revoca dell'autorizzazione commerciale.

4. Al fine di promuovere l'insediamento di attività commerciali nei centri storici e nelle zone urbanizzate, il provvedimento di cui all'[articolo 2, comma 1, lettera a\)](#), detta disposizioni particolari per tali aree in merito alla dotazione di parcheggio.

5. Per gli esercizi di vicinato non sono previste dotazioni di aree private a parcheggio.

Art. 14 *(Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale)*

1. La presentazione della domanda di autorizzazione per medie o grandi strutture di vendita deve avvenire in maniera coordinata alla richiesta del relativo titolo edilizio. Il regolamento di cui all'[articolo 2, comma 1, lett a\)](#), definisce le modalità di coordinamento tra i due procedimenti.
2. Il rilascio del titolo edilizio avviene in maniera contestuale o successiva al rilascio dell'autorizzazione commerciale.
3. L'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata soltanto in conformità degli strumenti di pianificazione territoriale, paesistica e urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standards urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento.

TITOLO IV

INDICAZIONI AI COMUNI

Art. 15 *(Strumenti comunali di programmazione e incentivazione)*

1. I Comuni, entro centottanta giorni dall'emanazione del provvedimento attuativo di cui all'[articolo 2, comma 1, lett. a\)](#), per l'esercizio delle funzioni di loro competenza, consultate le organizzazioni di cui all'[articolo 2, comma 2](#), si dotano dei seguenti strumenti :

- a) documento di valutazione del commercio con i seguenti contenuti minimi:
 - 1) un'analisi della rete commerciale costituita almeno dalla quantificazione degli esercizi di vicinato suddivisi per settore e dalla localizzazione e classificazione di ciascuna media o grande struttura esistente;
 - 2) un'analisi delle previsioni del PRG vigente, consistente nella mappatura delle possibilità di insediamento di strutture commerciali e delle relative condizioni normative e requisiti di insediamento;
 - 3) una valutazione delle previsioni del PRG vigente rispetto ai criteri della presente legge;
 - 4) l'individuazione delle aree da sottoporre a misure di incentivo di cui agli [articoli 16 e 17](#) della presente legge. Tale documento deve essere inviato alla Regione e costituisce elemento di valutazione necessario per la Conferenza dei servizi per il rilascio dell'autorizzazione per grandi strutture di vendita. In assenza di tale provvedimento la Regione valuta l'autorizzazione sulla base dei criteri di cui all'[articolo 2, comma 1, lettere a\) e b\)](#).
- b) criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e le strutture di interesse locale:
 - 1) i criteri individuano, sulla base delle analisi di cui alla lettera a) e dell'evoluzione della domanda di beni e servizi del Comune, i parametri per la graduazione e le modalità attuative delle aree urbanisticamente idonee per l'insediamento di medie strutture di vendita e delle strutture di interesse locale. Le previsioni sono articolate secondo i settori merceologici, le tipologie dimensionali e le modalità insediative previste dall'[articolo 5](#);
 - 2) i criteri devono essere rivisti ogni tre anni sulla base dell'evoluzione del quadro conoscitivo di cui alla lettera a) e delle potenzialità del mercato locale;
 - 3) i criteri di cui all'[articolo 2, comma 1, lettera a\)](#), definiscono le modalità di verifica dell'influenza sovracomunale delle previsioni relative a grandi strutture di interesse locale, medie strutture di vendita di tipo M3 e, limitatamente ai comuni con popolazione inferiore ai 10 mila abitanti, di tipo M2;
- c) misure di promozione e sviluppo del commercio nelle aree a vocazione commerciale dei centri storici, delle aree urbane, dei centri di minor consistenza demografica e delle altre aree definite negli [articoli 16 e 17](#).

Art. 16 *(Sviluppo e promozione dei centri storici e delle aree urbane)*

1. I Comuni individuano, anche facendo riferimento alla delimitazione degli strumenti urbanistici comunali, i centri storici e le aree urbane a consolidata presenza commerciale da sottoporre a misure di incentivo e di sostegno al commercio.

2. Ai fini di cui al comma 1 il Comune può, all'interno dei provvedimenti di cui all'[articolo 15](#) o con appositi progetti di valorizzazione commerciale, prevedere:

- a) il divieto di vendita di particolari merceologie o settori merceologici;
- b) la possibilità di interventi in materia merceologica e qualitativa, anche prevedendo incentivi a marchi di qualità o di produzione regionale;
- c) facilitazioni in materia di orari, apertura, vendite straordinarie e di occupazione di suolo pubblico nelle aree attigue ai pubblici servizi;
- d) disposizioni particolari a tutela del patrimonio storico, artistico o ambientale;
- e) di disporre misure di agevolazione tributaria e sostegno finanziario.

3. I progetti di valorizzazione commerciale di cui al comma 2 sono elaborati d'iniziativa del Comune in accordo con i soggetti pubblici, i privati interessati, le associazioni del commercio maggiormente rappresentative anche in sede locale, le organizzazioni dei consumatori e sindacali.

4. Sono soggetti interessati tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, compresi gli esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande di cui alla [legge 25 agosto 1991, n. 287](#), gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valore storico e tradizionale, operanti all'interno dell'area individuata dal Comune.

5. Nell'elaborazione del progetto il Comune esamina le politiche pubbliche riferite all'area, la progettualità privata e l'efficacia degli strumenti normativi e finanziari in atto, al fine del rilancio e qualificazione dell'area stessa e dell'insieme di attività economiche in essa presenti.

6. Il progetto di valorizzazione commerciale può prevedere:

- a) la realizzazione di opere infrastrutturali, di arredo urbano o di rilevante riorganizzazione della logistica;
- b) l'attivazione o la modifica di servizi urbani;
- c) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività o il potenziamento di quelle esistenti anche attraverso l'insediamento di medie strutture di vendita;
- d) l'attuazione di azioni di promozione;
- e) l'individuazione di una struttura per la gestione coordinata degli interventi sul territorio.

7. Il Comune, sulla base del progetto, può:

- a) incentivare la qualificazione delle attività economiche esistenti o il loro addensamento anche attraverso: l'utilizzo della fiscalità locale, la monetizzazione o ridefinizione dei requisiti urbanistici, facilitando, anche attraverso apposite disposizioni urbanistiche o regolamentari, l'utilizzazione commerciale dei locali degli edifici esistenti, anche dal punto di vista dei requisiti igienico-edilizi;
- b) vietare i cambi di destinazione d'uso da attività commerciale, artigianale o pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione delle attività.

8. La Regione coordina gli interventi di cui al presente articolo con quelli previsti da altre leggi regionali che possono applicarsi ai medesimi progetti al fine di assicurare le sinergie fra i diversi canali di finanziamento.

Art. 17 *(Sviluppo e rivitalizzazione dei centri di minor consistenza demografica)*

1. Nei comuni con popolazione residente inferiore a 5 mila abitanti, nelle frazioni e nelle zone montane e insulari, individuate con atto della Provincia ove le stesse ricadono, i Comuni possono dotarsi di appositi strumenti di promozione e sviluppo della rete di vendita, comprendenti la possibilità di realizzazione di centri polifunzionali di servizio.

2. I centri polifunzionali possono prevedere la presenza in unica struttura, o complesso unitario comunque rientrante entro i limiti delle medie strutture di tipo M1, di:

- a) attività di vendita di prodotti vari con valorizzazione delle produzioni agroalimentari e artigianali pugliesi;
- b) servizi per la promozione del territorio;
- c) attività di pubblico esercizio, di vendita di giornali, di servizi di informazione e telecomunicazione, compresi servizi pubblici e di interesse pubblico da affidare in convenzione.

3. Per i centri polifunzionali possono essere previste:

- a) l'esenzione da vincoli di orario o di chiusura domenicale e festiva;
- b) l'esenzione da tributi locali e regionali.

4. I centri polifunzionali sono promossi curando la massima accessibilità all'utenza e la loro collocazione anche al servizio di più centri abitati circoscrivibili. Della loro presenza è data idonea informazione agli utenti, anche mediante segnalazione a distanza con apposita segnaletica stradale.

5. Ai centri polifunzionali è dato riconoscimento con provvedimento comunale comunicato alla Regione.

6. La Regione può intervenire con finanziamenti volti ad agevolarne la costituzione e il funzionamento.

7. I Comuni possono procedere all'autointestazione e contestuale cessione di azienda a terzi di attività commerciali, assunte per finalità di servizio alla collettività.

8. Con appositi provvedimenti, la Giunta regionale definisce gli ulteriori adempimenti necessari all'applicazione del presente articolo.

Art. 18 *(Orari di apertura e di chiusura)*

1. Gli orari di apertura e di chiusura al pubblico degli esercizi di vendita al dettaglio sono rimessi alla libera determinazione degli esercenti nel rispetto delle disposizioni del presente articolo e dei criteri emanati dai Comuni, sentite le organizzazioni locali dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti.

2. Fatto salvo quanto disposto al comma 4, gli esercizi commerciali di vendita al dettaglio possono restare aperti al pubblico in tutti i giorni della settimana dalle ore sette alle ore ventidue. Nel rispetto di tali limiti l'esercente può liberamente determinare l'orario di apertura e di chiusura del proprio esercizio non superando comunque il limite delle dodici ore giornaliere.

3. L'esercente è tenuto a rendere noto al pubblico l'orario di effettiva apertura e chiusura del proprio esercizio mediante cartelli o altri mezzi idonei di informazione.

4. Gli esercizi di vendita al dettaglio osservano la chiusura domenicale e festiva dell'esercizio e, nei casi stabiliti dai Comuni, sentite le organizzazioni di cui al comma 1, la mezza giornata di chiusura infrasettimanale.

5. Il Comune, sentite le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative, individua i giorni e le zone del territorio nei quali gli esercenti possono derogare all'obbligo di chiusura domenicale e festiva. Detti giorni comprendono quelli del mese di dicembre, nonché ulteriori quattro domeniche o festività nel corso degli altri mesi dell'anno. Ulteriori aperture possono essere definite in accordo con le associazioni di categoria maggiormente rappresentative. (10)

6. Nei comuni ad economia prevalentemente turistica, nelle città d'arte o nelle zone del territorio dei medesimi, gli esercenti determinano liberamente gli orari di apertura e di chiusura e possono derogare dall'obbligo di cui al comma 4.

7. Le disposizioni del presente articolo non si applicano alle seguenti tipologie di attività: le rivendite di generi di monopolio; gli esercizi di vendita interni ai campeggi, ai villaggi e ai complessi turistici e alberghieri; gli esercizi di vendita al dettaglio situati nelle aree di servizio lungo le autostrade, nelle stazioni ferroviarie, marittime e aeroportuali; le rivendite di giornali; le gelaterie e gastronomie; le rosticcerie e le pasticcerie; gli esercizi specializzati nella vendita di bevande, fiori, piante e articoli da giardinaggio, mobili, libri, dischi, nastri magnetici, musicassette, videocassette, opere d'arte, oggetti d'antiquariato, stampe, cartoline, articoli da ricordo e artigianato locale, nonché le stazioni di servizio autostradali, qualora le attività di vendita previste dal presente comma siano svolte in maniera esclusiva o prevalente, e le sale cinematografiche.

8. Gli esercizi del settore alimentare devono garantire l'apertura al pubblico in caso di più di due festività consecutive. Il sindaco definisce le modalità per adempiere all'obbligo di cui al presente comma.

Art. 19 (Pubblicità dei prezzi)

1. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, devono indicare, 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.

2. Quando sono esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.

3. I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trova già impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, in modo che risulti facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dall'applicazione del comma 2.

4. Restano salve le disposizioni vigenti circa l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita al dettaglio per unità di misura.

Art. 20 (Vendite straordinarie)

1. Per vendite straordinarie si intendono le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite promozionali nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.

2. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di: cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali e possono essere effettuate in qualunque momento dell'anno, previa comunicazione al Comune dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti.

3. Le vendite di fine stagione riguardano i prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo.

4. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente dettagliante per tutti o una parte dei prodotti merceologici e per periodi di tempo limitato.

5. Nelle vendite disciplinate dal presente articolo lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposto.

6. La Regione, con le modalità di consultazione di cui all'articolo 2, comma 2, disciplina con apposito provvedimento: le modalità di svolgimento, la pubblicità anche ai fini di una corretta informazione del consumatore, i periodi e la durata delle vendite di liquidazione e delle vendite di fine stagione.

TITOLO V

STRUMENTI DI PROMOZIONE DEL COMMERCIO

Art. 21 *(Osservatorio regionale del commercio)*

1. E' istituito l'Osservatorio regionale del commercio.
2. L'Osservatorio regionale opera in raccordo con l'Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, al fine di garantire la realizzazione del sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva.
3. L'Osservatorio regionale persegue le seguenti finalità:
 - a) realizzare un sistema informativo della rete distributiva con la collaborazione dei Comuni, per l'utilizzazione dei dati contenuti nella modulistica relativa alle comunicazioni, alle autorizzazioni e alle denunce all'Ufficio del registro delle imprese;
 - b) valutare l'andamento delle problematiche della distribuzione commerciale nella Regione, con particolare riguardo ai processi derivanti dall'entrata in vigore della riforma di settore;
 - c) fornire le basi conoscitive per la programmazione regionale nel settore del commercio;
 - d) valutare il grado di attuazione e l'efficacia degli interventi regionali in materia di commercio;
 - e) promuovere l'acquisizione, l'elaborazione e la diffusione delle statistiche per una migliore conoscenza del settore della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alla struttura dell'offerta, alla diffusione delle forme associative e alla consistenza e articolazione delle associazioni di categoria;
 - f) diffondere l'informazione sui programmi comunitari e nazionali che contemplano il coinvolgimento di imprese commerciali o loro forme consortili.
4. Il sistema informativo regionale del commercio è finalizzato alla valutazione della consistenza e della evoluzione delle caratteristiche strutturali della rete distributiva al dettaglio, alla comparazione del fenomeno distributivo tra le varie parti del territorio e con la rete distributiva nazionale.
5. Le modalità per l'organizzazione e il funzionamento dell'Osservatorio regionale, nonché le procedure, i criteri e le modalità di partecipazione dei rappresentanti degli enti locali, delle autonomie funzionali, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti, sono stabilite con apposito provvedimento attuativo.
6. I Comuni sono tenuti a fornire alla Regione, entro il 30 marzo di ogni anno, la situazione dell'offerta commerciale del Comune al 31 dicembre dell'anno precedente sulla base dei modelli forniti dalla Regione.

Art. 22 *(Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali)*

1. La Regione favorisce le iniziative volte a promuovere nelle imprese della distribuzione, e in particolare nelle piccole e medie imprese, la diffusione di strumenti, metodologie e sistemi finalizzati a sviluppare i processi di ammodernamento della rete distributiva, migliorando i sistemi aziendali anche al fine di ottenere le certificazioni di qualità e di elevare il livello tecnologico.
2. Al fine di sviluppare i processi di ammodernamento della rete distributiva possono essere istituiti centri di assistenza alle imprese costituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore a livello provinciale e da altri soggetti interessati.
3. I centri svolgono, a favore delle imprese, attività di assistenza tecnica e di formazione e aggiornamento in materia di innovazione tecnologica e organizzativa, gestione economica e finanziaria di impresa, accesso ai finanziamenti anche comunitari, sicurezza e tutela dei consumatori, tutela dell'ambiente, igiene e sicurezza sul lavoro e altre materie eventualmente previste dallo statuto dei centri di cui al comma 2, nonché attività finalizzate alla certificazione di qualità degli esercizi commerciali.
4. Le amministrazioni comunali possono avvalersi dei centri medesimi allo scopo di facilitare il rapporto con le imprese utenti.
5. Con apposito provvedimento sono definiti:
 - a) i requisiti affinché centri istituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria del commercio e dalle Camere di commercio possano essere autorizzati a svolgere attività di assistenza tecnica;
 - b) le modalità di autorizzazione regionale ai centri le cui attività di assistenza tecnica devono essere svolte a favore di tutti gli operatori commerciali che ne facciano richiesta;
 - c) l'individuazione delle attività di assistenza tecnica considerate prioritarie in relazione alle esigenze delle piccole e medie imprese commerciali;
 - d) ogni altra disposizione necessaria alla sollecita istituzione e funzionamento dei centri di assistenza tecnica.

TITOLO VI

FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO

Art. 23 (*Spacci interni*)

1. La vendita di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi è soggetta ad apposita comunicazione al Comune competente per territorio e deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico, che non abbiano accesso dalla pubblica via.
2. L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al comma 1.
3. Nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza dei requisiti di cui all'[articolo 6](#) della persona preposta alla gestione dello spaccio, il rispetto delle norme in materia di idoneità dei locali, il settore merceologico, l'ubicazione e la superficie di vendita.

Art. 24 (*Apparecchi automatici*)

1. La vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici è soggetta ad apposita comunicazione al Comune competente per territorio.
2. L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al comma 1.
3. Nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'[articolo 6](#), il settore merceologico e l'ubicazione, nonché, se l'apparecchio automatico viene installato sulle aree pubbliche, l'osservanza delle norme sull'occupazione del suolo pubblico.
4. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo è soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita.

Art. 25 (*Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione*)

1. La vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione è soggetta a previa comunicazione al Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale. L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.
2. E' vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta. E' consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi, senza spese o vincoli per il consumatore.
3. Nella comunicazione di cui al comma 1 deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'[articolo 6](#) e il settore merceologico.
4. Nei casi in cui le operazioni di vendita sono effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva deve accertare, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attività è in possesso dei requisiti prescritti dalla presente legge per l'esercizio della vendita al dettaglio. Durante la trasmissione devono essere indicati il nome e la denominazione o la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese e il numero della partita IVA. Agli organi di vigilanza è consentito il libero accesso al locale indicato come sede del venditore.
5. Le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione sono vietate.
6. Chi effettua le vendite tramite televisione per conto terzi deve essere in possesso della licenza prevista dall'[articolo 115](#) del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza, approvato con [regio decreto 18 giugno 1931, n. 773](#).
7. Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al [decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50](#), in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

Art. 26 (*Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori*)

1. La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori è soggetta a previa comunicazione al Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale.

2. L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al comma 1.
3. Nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza dei requisiti di cui all'[articolo 6](#) e il settore merceologico.
4. Il soggetto di cui al comma 1, che intende avvalersi per l'esercizio dell'attività di incaricati, ne comunica l'elenco all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attività dei medesimi. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti di cui all'[articolo 6](#).
5. L'impresa di cui al comma 1 rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate, che deve ritirare non appena esse perdono i requisiti richiesti dall'[articolo 6](#).
6. Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 5 deve essere numerato e aggiornato annualmente, deve contenere le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, nonché del nome del responsabile dell'impresa stessa, e la firma di quest'ultimo e deve essere esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.
7. Le disposizioni concernenti gli incaricati si applicano anche nel caso di operazioni di vendita a domicilio del consumatore effettuate dal commerciante sulle aree pubbliche in forma itinerante.
8. Il tesserino di riconoscimento di cui ai commi 5 e 6 è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua personalmente le operazioni disciplinate dal presente articolo.
9. Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al [decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50](#), in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.
10. L'esibizione o illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi altra forma di propaganda commerciale presso il domicilio del consumatore o nei locali nei quali il consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi di lavoro, studio, cura o svago sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati e sul tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4, 5, 6 e 8.

TITOLO VII

SANZIONI E NORME FINALI

Art. 27 (Sanzioni)

1. Chiunque viola le disposizioni di cui agli [articoli 6, 8 - commi 1, 2 e 3- 18 - comma 4- 23, 24, 25e 26](#)della presente legge è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 2 mila 500 a euro 15 mila.
2. In caso di particolare gravità o di recidiva la competente autorità comunale deve inoltre disporre la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non inferiore a cinque e non superiore a venti giorni lavorativi. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.
3. Le violazioni alle disposizioni di cui all'[articolo 8, comma 11](#) e alle altre disposizioni contenute negli altri articoli della presente legge sono punite con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 500 a euro 3 mila.
4. L'autorizzazione all'apertura è revocata qualora il titolare:
 - a) non inizia l'attività di una media struttura di vendita entro un anno dalla data del rilascio o entro due anni se trattasi di una grande struttura di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
 - b) sospende l'attività per un periodo superiore a un anno;
 - c) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'[articolo 6](#);
 - d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi del comma 2.
5. La competente autorità comunale ordina la chiusura di un esercizio di vicinato qualora il titolare:
 - a) sospende l'attività per un periodo superiore a un anno;
 - b) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'[articolo 6, comma 1](#);
 - c) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi del comma 2.
6. In caso di svolgimento abusivo dell'attività la competente autorità comunale ordina la chiusura immediata dell'esercizio di vendita.
7. La competenza per le violazioni di cui al presente articolo è del Comune nel quale hanno avuto luogo. Allo stesso Comune pervengono i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta ovvero da ordinanze di ingiunzioni di pagamento.
8. La Regione può richiedere al Comune la chiusura di un esercizio non in possesso dell'autorizzazione di cui all'[articolo 8](#) ovvero la revoca dell'autorizzazione rilasciata in maniera non conforme alla presente legge.

9. In caso di mancata attuazione di quanto previsto al comma precedente la Regione, decorsi novanta giorni dalla richiesta, nomina un commissario ad acta per l'attuazione dei necessari provvedimenti.

Art. 28 (*Disposizioni transitorie e finali*)

1. Le domande di rilascio delle autorizzazioni previste dagli [articoli 26 e 27 della legge 11 giugno 1971, n. 426](#), già trasmesse alla Giunta regionale per il prescritto nulla osta alla data del 16 gennaio 1998, corredate a norma secondo l'attestazione del responsabile del procedimento e che abbiano un giudizio amministrativo in corso alla data del 31 gennaio 2003, sono esaminate secondo la procedura di cui al comma 2.

2. Il proponente presenta alla Regione, a pena di decadenza, entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, apposita dichiarazione di conferma dell'istanza impegnandosi contestualmente alla rinuncia a ogni azione legale e risarcitoria nei confronti dell'ente, concernente l'iniziativa. La dichiarazione deve essere corredata di certificazione del Comune il cui territorio è interessato dall'insediamento comprovante la perdurante fattibilità dell'intervento dal punto di vista urbanistico. Il dirigente competente verifica che l'istanza sia corredata secondo le indicazioni del presente comma e provvede sulla medesima rilasciando o negando il nulla osta nel termine di sessanta giorni dalla presentazione della predetta dichiarazione in deroga agli obiettivi di vendita di cui all'[articolo 2, comma 1, lettera b\)](#), ma in conformità a quelli vigenti al 16 gennaio 1998.

3. E' vietato l'esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio; resta salvo il diritto acquisito dagli esercenti in attività. Il divieto non si applica ai prodotti del settore altri beni a basso impatto di cui all'[articolo 5](#).

4. Ai fini della commercializzazione restano salve le disposizioni concernenti la vendita di prodotti previsti da leggi speciali.

5. La presente legge abroga la [legge regionale 4 agosto 1999, n. 24](#), fatto salvo per quanto previsto nei commi successivi.

6. Fino all'emanazione dei provvedimenti di cui all'[articolo 2, comma 1, lettere c\), d\), e\), f\) e g\)](#), rimane in vigore quanto disposto in merito dalla [legge regionale 4 agosto 1999, n. 24](#) e successive modificazioni e dalle conseguenti normative attuative. Le vendite di fine stagione o saldi sono fissate nei periodi dal 7 gennaio al 28 febbraio e dal 15 luglio al 15 settembre per il 2004. (11)

7. Sono abrogati gli [articoli 13 e 14 della legge regionale 11 dicembre 2000, n. 24](#).

8. Per il commercio su aree pubbliche si continua ad applicare la [legge regionale 24 luglio 2001, n. 18](#).

9. Fino all'approvazione del provvedimento di cui all'[articolo 2, comma 1, lettere a\) e b\)](#), sono inammissibili le domande di autorizzazione per grandi strutture di vendita.

10. Sono fatti salvi gli effetti delle sospensioni già disposte con i [regolamenti regionali 21 dicembre 2001, n. 11, 28 giugno 2002, n. 5, 23 dicembre 2002, n. 10, 28 gennaio 2003, n. 1, 18 aprile 2003, n. 3, 27 maggio 2003, n. 4, 30 giugno 2003, n. 5 e 30 luglio 2003, n. 8](#). Le domande comunque presentate ai sensi dell'[articolo 5 del regolamento regionale 20 marzo 2001, n. 4](#), devono essere riproposte secondo le modalità definite nei provvedimenti attuativi di cui all'[articolo 2, comma 1, lettere a\) e b\)](#).

10-bis. Fino alla scadenza del termine di centottanta giorni di cui all'[articolo 15](#), per il rilascio delle autorizzazioni per medie strutture di vendita restano in vigore gli strumenti di programmazione comunale approvati ai sensi della [legge regionale 4 agosto 1999, n. 24](#) (Principi e direttive per l'esercizio delle competenze regionali in materia di commercio). (12)

10-ter. Le autorizzazioni devono essere rilasciate con riferimento alla nuova articolazione delle tipologie distributive di cui all'[articolo 5](#), ma entro le classi dimensionali previste dalla programmazione comunale approvata. (12)

10-quater. Per i Comuni che non hanno approvato gli strumenti di programmazione per medie strutture di vendita ai sensi della [l.r. 24/1999](#), si applicano gli automatismi previsti dall'[articolo 9, comma 1, lettere a\) e b\)](#), ma solo per l'autorizzazione di esercizi entro i limiti della tipologia M1 (600 mq). (12)

10-quinqies. Decorso il termine di cui al comma 10 bis, si applica quanto previsto dall'[articolo 9](#). (12)

10-sexies. Fino all'approvazione del regolamento di cui all'[articolo 2, comma 1, lettera a\)](#), è fatto salvo il rispetto di quanto previsto dalla [l.r. 24/1999](#) sull'idoneità urbanistica delle aree e sugli standard di parcheggio. (12)

Note:

(1) In attuazione della presente lettera vedi, [Reg. regionale 30 giugno 2004, n. 1](#) e il [Reg. regionale 1 settembre 2004, n. 2](#).

(2) Per l'applicazione di quanto previsto nella presente lettera vedi il [Reg. regionale 1 settembre 2004, n. 2](#).

(3) In attuazione della presente lettera, vedi il [Reg. regionale 23 dicembre 2004, n. 14](#).

(4) In attuazione della presente lettera, vedi il [Reg. regionale 23 dicembre 2004, n. 11](#).

(5) In attuazione della presente lettera, vedi il [Reg. regionale 23 dicembre 2004, n. 12](#).

(6) In attuazione della presente lettera, vedi il [Reg. regionale 23 dicembre 2004, n. 10](#).

(7) In attuazione della presente lettera, vedi il [Reg. regionale 23 dicembre 2004, n. 13](#).

(8) Comma sostituito dall'[art. 12, comma 1, L.R. 7 gennaio 2004, n. 1](#), a decorrere dal 7 gennaio 2004.

(9) Lettera modificata dall'[art. 12, comma 2, L.R. 7 gennaio 2004, n. 1](#), a decorrere dal 7 gennaio 2004.

(10) Comma modificato con avviso di rettifica pubblicato nel B.U.R. 11 dicembre 2003, n. 145.

- (11) Comma modificato dall'art. 12, comma 3, L.R. 7 gennaio 2004, n. 1, a decorrere dal 7 gennaio 2004.
(12) Comma aggiunto dall'art. 12, comma 4, L.R. 7 gennaio 2004, n. 1, a decorrere dal 7 gennaio 2004.

*Tutto il materiale in questo sito è copyright 1999-2005
by Wolters Kluwer Italia S.r.l. - Ipsos. E' vietata la riproduzione anche parziale.*