



*Consiglio regionale della Calabria*

## DOSSIER

PL n. 106/10  
di iniziativa del Consigliere F. CANNIZZARO recante:  
"Centri Commerciali Naturali in Calabria"  
relatore: G. AIETA;

### DATI DELL'ITER

NUMERO DEL REGISTRO DEI PROVVEDIMENTI	
DATA DI PRESENTAZIONE ALLA SEGRETERIA DELL'ASSEMBLEA	14/12/2015
DATA DI ASSEGNAZIONE ALLA COMMISSIONE	14/12/2015
COMUNICAZIONE IN CONSIGLIO	22/12/2015
SEDE	MERITO
PARERE PREVISTO	
NUMERO ARTICOLI	

## Normativa regionale

Legge regionale 11 giugno 1999, n. 17 pag. 4  
*Direttive regionali in materia di commercio in sede fissa*

## Normativa comparata

BASILICATA Legge regionale 20 luglio 1999 n. 19 (Artt. 9 e 16bis) pag. 31  
*Disciplina del commercio al dettaglio su aree private in sede fissa e su aree pubbliche*

CAMPANIA Legge regionale 19 gennaio 2009 n. 1 (Art. 3) pag. 35  
*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale della Regione Campania - legge finanziaria anno 2009*

EMILIA ROMAGNA Legge regionale 30 luglio 2015 n. 13 (art. 47) pag. 36  
*Riforma del sistema di Governo regionale e locale e disposizioni su Città metropolitana di Bologna, Province, Comuni e loro Unioni*

EMILIA ROMAGNA Legge regionale 10 dicembre 1997 n. 41 (Artt. 3 e 10bis) pag. 38  
*Interventi nel settore del commercio per la valorizzazione e la qualificazione delle imprese minori della rete distributiva. Abrogazione della L.R. 7 dicembre 1994, n. 49*

FRIULI VENEZIA GIULIA Legge regionale 5 dicembre 2005 n. 29 (Artt. 85bis e 100) pag. 41  
*Normativa organica in materia di attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande. Modifica alla legge regionale 16 gennaio 2002, n. 2 «Disciplina organica del turismo»*

MARCHE Legge regionale 10 novembre 2009 n. 27 (Art. 83) pag. 45  
*Testo Unico in materia di Commercio*

MOLISE Legge regionale 27 settembre 1999 n. 33 (Art. 8) pag. 47  
*Disciplina regionale del commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante: «Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4 della legge 18 marzo 1997, n. 59».*

SARDEGNA Legge regionale 18 maggio 2006 n. 5 (Artt. 1, 8, 36, 37, 38) pag. 50  
*Disciplina generale delle attività commerciali*

SICILIA Legge regionale 2 agosto 2013 n. 11 (art. 1) pag. 55  
*Norme per il riconoscimento dell'albergo diffuso in Sicilia*

SICILIA Legge regionale 15 settembre 2005 n. 10 (Art. 9) pag. 56  
*Norme per lo sviluppo turistico della Sicilia e norme finanziarie urgenti*

SICILIA Legge regionale 23 dicembre 2000 n. 32 (Art. 62) pag. 57

*Disposizioni per l'attuazione del POR 2000-2006 e di riordino dei regimi di aiuto alle imprese*

TOSCANA Legge regionale 7 febbraio 2005 n. 28 (Artt. 97 e 98) pag. 59

*Codice del Commercio. Testo Unico in materia di commercio in sede fissa, su aree pubbliche, somministrazione di alimenti e bevande, vendita di stampa quotidiana e periodica e distribuzione di carburanti*

UMBRIA Legge regionale 13 giugno 2014 n. 10 (Art. 10, 11, 18) pag. 61

*Testo unico in materia di commercio*

UMBRIA Legge regionale 3 agosto 1999 n. 24 (Art. 5bis e 10) pag. 67

*Disposizioni in materia di commercio in attuazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114*

## **Legge regionale 11 giugno 1999, n. 17 <sup>(1)</sup>.** **Direttive regionali in materia di commercio in sede fissa <sup>(2)</sup> <sup>(3)</sup>.**

(1) Pubblicata nel B.U. Calabria 15 giugno 1999, n. 59.

(2) Il commissario del Governo nella Regione Calabria, in relazione alla presente legge, con telefax del 4 giugno 1999, prot. n. 1971/2.18.02, diretto al Presidente del Consiglio regionale e al Presidente della Giunta regionale, ha osservato quanto segue: «Riferimento deliberazione n. 366 del 27 aprile 1999 recante legge regionale: "Direttive regionali in materia di commercio in sede fissa" comunicasi che Governo, nella seduta del Consiglio dei Ministri del 4 giugno 1999, habet deliberato non opporsi ulteriore corso legge regionale medesima. Occasione Governo, preso atto degli errori materiali comunicati dal Presidente del Consiglio regionale con i telegrammi n. 827, datato 10 maggio; n. 919, datato 27 maggio e n. 927, datato 29 maggio, habet osservato: 1) circa l'art. 6 che prevede meccanismi automatici nella procedura di autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita ai sensi della [legge n. 426 del 1971](#), tale disposizione non può che avere natura transitoria ai sensi del [D.Lgs. n. 114 del 1998](#); 2) circa l'art. 22, 7° comma, concernente le domande di autorizzazione - stante la anomalia procedurale - la necessità che la Regione proceda in modo da assicurare pienamente la trasparenza ed il rispetto del principio del buon andamento; 3) circa l'art. 23, il necessario rispetto del principio di riserva di legge (art. 25 Costituzione; [art. 1 legge n. 689 del 1981](#)) nella previsione di "altri casi di strumenti attuativi" punto».

(3) Vedi, anche, la [Delib.G.R. 20 marzo 2000, n. 238](#), la [Delib.G.R. 19 marzo 2002, n. 220](#), la [Delib.G.R. 18 giugno 2008, n. 425](#), la [Delib.G.R. 16 dicembre 2011, n. 578](#), la [Delib.G.R. 20 novembre 2013, n. 426](#) e la [Delib.G.R. 27 novembre 2015, n. 498](#).

---

### **TITOLO I** **Disposizioni generali** **Art. 1**

#### *Obiettivi ed articolazione dell'intervento regionale.*

1. Con la presente legge e con i provvedimenti ad essa collegati e successivi, la Regione disciplina, in attuazione del [decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#), gli indirizzi generali di programmazione commerciale e urbanistica della rete distributiva e gli interventi volti alla qualificazione e allo sviluppo del commercio.

2. Al fine di rendere, operativo il contenuto della presente legge e di disciplinare gli altri aspetti della materia che forma oggetto del [D.Lgs. n. 114 del 1998](#), il Consiglio regionale provvede, con atto amministrativo da emanarsi entro novanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, ad approvare un provvedimento attuativo contenente gli indirizzi e i criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita, in sostituzione delle indicazioni della deliberazione del Consiglio regionale 20 marzo 1984, n. 455 in materia di "indicazioni programmatiche di urbanistica commerciale" nonché ulteriore direttive ai Comuni per l'esercizio delle loro funzioni <sup>(4)</sup>.

3. Gli indirizzi e criteri di programmazione regionale, hanno la durata di quattro anni. A tal fine la Giunta regionale, almeno 120 giorni prima della scadenza del termine temporale di programmazione, trasmette al Consiglio regionale una proposta di aggiornamento, tenuto conto delle relazioni di monitoraggio predisposte dall'osservatorio regionale del commercio, anche con riferimento alla fase di programmazione precedente.

4. Le norme di programmazione relative a ciascuna fase hanno efficacia fino all'entrata in vigore della nuova normativa programmatica. Con cadenza

biennale, sulla base di un rapporto sullo sviluppo della rete distributiva e sullo stato di attuazione degli indirizzi e criteri quadriennali di programmazione predisposto dall'Osservatorio regionale del commercio, la Giunta regionale può sottoporre al Consiglio una proposta di aggiornamento del provvedimento di cui al precedente comma 2.

5. I provvedimenti attuativi previsti dalla presente legge sono adottati sentite le rappresentanze dei Comuni, delle Province e delle Camere di commercio, nonché le organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e delle organizzazioni sindacali dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello regionale.

---

(4) Il provvedimento sugli indirizzi e i criteri di cui al presente comma sono stati approvati con [Delib.C.R. 18 gennaio 2000, n. 409](#).

---

## **Art. 2** *Finalità.*

1. Tenuto conto delle caratteristiche del sistema distributivo della Calabria, la presente legge e i provvedimenti previsti all'articolo precedente perseguono, ciascuno per il proprio ambito di intervento, le seguenti finalità:

a) la gradualità del passaggio al nuovo assetto normativo previsto dal [D.Lgs. n. 114 del 1998](#), attraverso la promozione, dei processi di ristrutturazione e, riconversione delle attività commerciali esistenti;

b) lo sviluppo della rete commerciale secondo i criteri di efficienza e modernizzazione, promuovendo l'evoluzione tecnologica dell'offerta e incentivando forme di affiliazione contrattuale o di associazionismo tra gli operatori al fine di conseguire il pluralismo e l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive;

c) 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 [L.R. 2 giugno 1980, n. 20](#), della [L.R. 11 luglio 1994, n. 16](#) e della L.R. 25 febbraio 1995, n. 3 e successive modificazioni, in materia di urbanistica, tutela del territorio e delle zone di particolare interesse ambientale e paesaggistico;

d) il riequilibrio territoriale della presenza delle medie e grandi strutture di vendita, assicurando il rispetto dei principi della concorrenza e della libertà di impresa, attraverso l'articolazione della programmazione per aree e sub - aree sovracomunali anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali nelle rispettive aree;

e) il concorso alla valorizzazione delle produzioni tipiche calabresi, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale e, in special modo, alla conservazione e rivitalizzazione dei centri storici;

f) la rivitalizzazione del tessuto economico, sociale e culturale sia nei centri storici, sia nelle zone rurali e di montagna, anche mediante la promozione di centri polifunzionali;

g) la tutela dei consumatori, con particolare riguardo alla correttezza dell'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento ed alla sicurezza dei prodotti;

- h) la qualificazione e l'aggiornamento professionale degli operatori commerciali con particolare riguardo ai titolari di piccole e medie imprese;
- i) 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;
- j) la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, anche attraverso un sistema decisionale coordinato tra le Regioni le Province - Comuni e le Camere di commercio.

## **TITOLO II**

### **Programmazione della rete distributiva**

#### **Art. 3**

##### *Ripartizione del territorio comunale.*

1. Al fine di formulare, indirizzi e obiettivi di espansione della rete distributiva che garantiscano un equilibrato sviluppo territoriale delle diverse tipologie, di vendita, il territorio della Calabria è suddiviso in 17 aree sovracomunali di gravitazione commerciale configurabili come unico bacino di utenza.
2. Nell'ambito di determinate aree di gravitazione commerciale viene individuata un'ulteriore ripartizione in sub - aree aventi caratteristiche socio-economiche omogenee, che possono costituire oggetto di previsione di specifici obiettivi e indici di sviluppo della rete di vendita o di scelte di priorità al fine di perseguire un'equilibrata distribuzione delle tipologie di vendita sul territorio.
3. L'elenco dei Comuni appartenenti alle singole aree sovracomunali omogenee e alle sub-aree è contenuto nell'allegato A.

#### **Art. 4**

##### *Classificazione dei Comuni.*

1. Ai fini della presente legge e dei provvedimenti attuativi, i Comuni sono suddivisi nelle seguenti quattro classi:
  - Classe I - Comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti;
  - Classe II - Comuni con popolazione superiore a 10.000 e fino a 50.000 abitanti;
  - Classe III - Comuni con popolazione superiore a 3.000 e fino a 10.000 abitanti;
  - Classe IV - Comuni con popolazione fino a 3.000 abitanti.

#### **Art. 5**

##### *Priorità per il rilascio delle autorizzazioni.*

1. Tra più domande concorrenti relative all'apertura di medie o grandi strutture di vendita è data priorità a quelle che prevedono la concentrazione di due o più preesistenti medie o grandi strutture, purché sussistano tutte le ulteriori seguenti condizioni:

a) le strutture di vendita concentrate siano ubicate nella medesima sub - area di cui all'art. 3, comma 2;

b) tra le strutture di vendita concentrate ve ne sia almeno una della medesima tipologia dimensionale o della tipologia dimensionale immediatamente inferiore a quella della nuova struttura che si intende realizzare;

c) trattandosi di realizzazione di una nuova struttura alimentare o mista, la somma delle superfici di vendita alimentari delle strutture concentrate sia almeno pari al 70 per cento della superficie alimentare richiesta per la nuova struttura e la domanda sia corredata da impegno di reimpiego del personale;

d) trattandosi di realizzazione di una nuova struttura non alimentare il richiedente abbia partecipato ad uno dei corsi di cui al comma 5 o sia comunque in possesso del requisito di adeguata qualificazione ai sensi del comma 4.

2. Tra tali domande hanno una ulteriore priorità quelle che dimostrino:

a) l'impegno al reimpiego del personale dei preesistenti esercizi secondo le modalità di cui al successivo comma 6;

b) un'adeguata formazione professionale dei titolari, o loro delegati attraverso la frequenza dei corsi di aggiornamento di cui all'*art. 5, comma 9, del D.Lgs. n. 114 del 1998*.

3. Nei casi in cui il reimpiego del personale già operante presso esercizi commerciali per i quali si prevede l'accorpamento o la concentrazione costituisca presupposto, in conformità con quanto disposto all'*art. 10 del D.Lgs. n. 114 del 1998*, per usufruire di criteri di priorità o di automatismi all'apertura o all'ampliamento di medie o grandi strutture di vendita, si applicano le seguenti disposizioni:

a) l'onere del reimpiego del personale si intende assolto, quale che sia l'esito della trattativa di assunzione, qualora l'istanza di apertura o ampliamento di esercizi sia accompagnata da proposta formale, indirizzata all'impresa da accorpare o concentrare di assunzione in prova del personale in essa operante;

b) l'accettazione della proposta di assunzione, nel termine di 90 giorni, può intervenire da parte del titolare stesso dell'esercizio da accorpare o concentrare da parte di altro personale dell'impresa, con l'assenso del titolare.

4. Il requisito del possesso di adeguata qualificazione nel settore del commercio è riconosciuto a coloro che, secondo la pregressa disciplina, facente capo alla *legge 11 giugno 1971, n. 426*, avevano titolo ad iscriversi al Registro esercenti il commercio.

5. Per l'individuazione del soggetto al quale il possesso di adeguata formazione attribuisce titolo di priorità ai sensi del presente articolo, si applicano i medesimi principi valevoli in tema di requisito professionale per il commercio alimentare.

## **Art. 6**

### *Automatismi per concentrazione o accorpamento.*

1. Non può essere negata l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita in caso di concentrazione o accorpamento di più esercizi di vicinato, di

cui all'*art. 4, comma 1, lettera d), del D.Lgs. n. 114 del 1998*, operanti nello stesso comune e autorizzati ai sensi dell'*art. 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426* per la vendita di prodotti di largo e generale consumo.

2. Non può essere negata l'autorizzazione all'ampliamento di superficie di medie o grandi strutture di vendita qualora concorrano le seguenti condizioni:

a) vi sia concentrazione o accorpamento di due o più esercizi autorizzati ai sensi dell'*art. 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426*, per la vendita di prodotti di largo e generale consumo;

b) l'ampliamento sia contenuto entro i limiti dimensionali massimi previsti per le medie strutture di vendita o, nel caso di grandi strutture di vendita, entro il 20 per cento di superficie in più, rispetto a quella autorizzata alla data di entrata in vigore della presente legge o indicata nel provvedimento di autorizzazione all'apertura, se ad essa successivo.

3. La superficie di vendita della nuova media struttura, nell'ipotesi di cui al comma 1, e la superficie aggiuntiva concessa, nel caso dell'ampliamento di cui al comma 2, non possono essere superiori al valore di 250 o 150 mq a seconda che il comune abbia più o meno di 10.000 abitanti moltiplicato per il numero degli esercizi concentrati o accorpati.

4. Le medie e le grandi strutture, in relazione ai settori merceologici di cui è autorizzata la vendita, si suddividono nelle seguenti categorie:

A - Strutture di vendita autorizzate per il solo settore alimentare o per entrambi i settori, alimentare e non alimentare;

B - Strutture di vendita autorizzate per il solo settore non alimentare.

5. I centri commerciali, come definiti dall'*art. 4, comma 1, lettera g), del D.Lgs. n. 114 del 1998*, necessitano:

a) di autorizzare 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;

b) di autorizzazione o comunicazione, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.

## **Art. 7**

### *Procedura di rilascio delle autorizzazioni per le grandi strutture di vendita <sup>(5)</sup>.*

1. Le domande di apertura, ampliamento e trasferimento di una grande struttura di vendita sono inoltrate al Comune competente, utilizzando la modulistica di cui all'*art. 10, comma 5, del D.Lgs. n. 114 del 1998*, unitamente alla seguente documentazione:

a) una relazione illustrativa contenente gli elementi per la valutazione della conformità dell'insediamento alle previsioni degli strumenti urbanistici comunali e alla programmazione territoriale regionale;

b) il progetto definitivo dell'intervento, comprendente piani e sezioni del fabbricato con indicazione delle superfici e delle destinazioni d'uso dei locali, planimetrie con indicazioni delle superfici delle aree a parcheggio e delle aree libere, e degli accessi e dei percorsi veicolari;

c) relazione tecnico-economica sulla iniziativa proposta, contenente le previsioni occupazionali per la nuova struttura e una valutazione dell'impatto



sulla rete di vendita e, sulla viabilità nell'area di presunta attrazione, tenendo conto della popolazione residente e fluttuante.

2. Nel caso di domande prive delle indicazioni di cui all'*art. 9, comma 2, del D.Lgs. n. 114 del 1998* o degli elementi di cui al comma precedente, il Comune, entro dieci giorni dal suo ricevimento, invita l'interessato a procedere alla loro integrazione o regolarizzazione nel termine di 30 giorni, decorso inutilmente il quale le stesse si intendono rinunciate. Le domande prendono data dal giorno del ricevimento della loro integrazione o regolarizzazione.

3. L'esame delle domande in sede di conferenza di servizi avviene solo se l'ubicazione della struttura commerciale è prevista in aree o immobili conformi per insediamenti commerciali al dettaglio. In difetto, la domanda si intende respinta.

4. Al fine della comparazione delle domande in relazione ai criteri di priorità, sono considerate concorrenti quelle regolarmente inoltrate ai Comuni di una medesima area di gravitazione commerciale nel corso dello stesso mese <sup>(6)</sup>.

5. I Comuni entro il giorno 15 di ciascun mese, trasmettono alla Regione le istanze regolarmente inoltrate nel mese precedente, indicando la relativa conferenza di servizi da svolgersi, nel corso del mese successivo, in data fissata dalla Regione sulla base di apposito calendario.

6. La Regione, nel corso della seconda metà di ogni mese, valuta i titoli di priorità delle istanze trasmesse dai Comuni, attribuendo alle stesse eventuali punteggi previsti nel provvedimento di cui all'*art. 1, comma 2*.

7. La Conferenza di servizi si svolge presso la sede della Regione, con la partecipazione di un rappresentante della Regione, di uno della Provincia e di uno del Comune. Le deliberazioni della Conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti; il rilascio della autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Alla Conferenza partecipano, a titolo consultivo, l'ANCI, nonché le organizzazioni dei consumatori, le imprese del Commercio e le organizzazioni sindacali dei lavoratori, maggiormente rappresentative a livello regionale <sup>(7)</sup>.

8. Al fine di una puntuale valutazione dello sviluppo omogeneo del territorio, la Camera di commercio, nell'ambito della Conferenza dei servizi, relaziona sullo stato di avanzamento della rete delle medie e grandi strutture di vendita nel proprio territorio, sulla base delle risultanze dell'attività di monitoraggio di cui al successivo *art. 19*.

9. L'Assessorato regionale competente specifica gli elementi informativi che il Comune deve fornire ai componenti la Conferenza di servizi e ai partecipanti a titolo consultivo e le modalità di comunicazione.

10. La domanda documentata a norma, per la quale non sia stato comunicato il diniego entro 120 giorni dall'indizione della Conferenza, è ritenuta accolta.

11. L'esercizio deve essere attivato entro il termine di due anni dall'autorizzazione, salvo proroga in caso di comprovata necessità <sup>(8)</sup>.

12. Anche sulla base delle risultanze dell'attività di monitoraggio dell'Osservatorio regionale, le Province e le Camere di commercio possono promuovere intese tra Comuni al fine di coordinare e armonizzare le scelte programmatiche in materia di grandi strutture di vendita e garantire la migliore integrazione fra le differenti forme distributive all'interno dei bacini di utenza

omogenei. Nel caso di intese riferite a bacini di utenza omogenee che interessino più province, tali intese sono promosse dalla Regione.

(5) Vedi, anche, quanto previsto dalla *Delib.G.R. 27 settembre 2000, n. 624*.

(6) Comma così modificato dall'*art. 36, comma 9, L.R. 28 agosto 2000, n. 14*.

(7) Con *Delib.G.R. 7 giugno 2000, n. 309* sono state impartite le direttive relative al funzionamento della Conferenza di servizi.

(8) Comma così sostituito dall'*art. 36, comma 9, L.R. 28 agosto 2000, n. 14*. Il testo originario così sanciva: «11. L'esercizio deve essere attivato entro il termine di due anni dall'autorizzazione, decorso il quale questa si intende decaduta.».

## **Art. 8**

### *Subingresso.*

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'*art. 5 del D.Lgs. n. 114 del 1998*.

2. La comunicazione di subingresso è presentata entro un anno dalla morte del titolare o entro sei mesi dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio <sup>(9)</sup>.

3. In caso di morte del titolare l'autorizzazione è reintestata all'erede o agli eredi che ne facciano domanda, purché gli stessi abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'*art. 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'*art. 5 del decreto*.

4. Qualora si tratti di esercizi relativi al settore merceologico alimentare, gli eredi reintestatarari dell'autorizzazione che ne siano soprovvisti devono acquisire i requisiti professionali di cui all'*art. 5 del D.Lgs. n. 114 del 1998* entro sei mesi dalla reintestazione.

(9) Comma così sostituito dall'*art. 36, comma 9, L.R. 28 agosto 2000, n. 14*. Il testo originario era così formulato: «2. La domanda di subingresso è presentata, pena la decadenza entro un anno della morte del titolare o entro 60 giorni dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio.».

## **TITOLO III**

### **Disposizioni di carattere urbanistico**

## **Art. 9**

### *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 zone destinate a parcheggio nei limiti di seguito indicati oltre quelli previsti dalla legislazione nazionale.

2. La dotazione di aree destinate a parcheggio è stabilita:

a) per le aree di centro storico, nella misura stabilita nei piani di parcheggi dei Comuni che, di norma, non può risultare inferiore a 0,4 mq. Per ogni mq. di

superficie di vendita e può essere disponibile, in un raggio di almeno 300 mt dal perimetro dell'area dell'intervento;

b) nelle altre zone territoriali nella misura di 1,5 mq. per ogni mq di superficie di vendita per gli esercizi di vicinato del settore alimentare, di 0,8 mq. per ogni mq. di superficie di vendita per gli esercizi di vicinato del settore non alimentare, di 2 mq. per ogni mq di superficie delle medie e grandi strutture autorizzate per il settore alimentare e di 1,5 mq. per ogni mq. di superficie di vendita per le medie e grandi strutture non alimentari;

c) per le zone di espansione, limitatamente alle grandi strutture di vendita del settore alimentare nella misura di 2,5 mq. per ogni mq. di superficie di vendita.

3. I requisiti relativi alle aree destinate a parcheggio devono sussistere anche a seguito di modifiche della superficie di vendita che comportino il rilascio di nuova autorizzazione.

4. Per gli esercizi di vicinato le dotazioni dei parcheggi, da reperire anche su aree pubbliche, possono essere ridimensionate dal Comune nei seguenti casi:

a) ubicazione del punto vendita in zone a traffico limitato o escluso;

b) prevalente carattere pedonale dell'utenza;

c) aree interessate all'operatività di programmi integrati per la rivitalizzazione della rete degli esercizi di vicinato e per la riqualificazione ambientale.

5. Specifici accordi di programma possono essere promossi tra Comuni, Province e Regione, finalizzati alla definizione della destinazione urbanistica e delle problematiche di viabilità di aree territoriali a dimensione sovracomunale, caratterizzate da elevate presenze o previsioni di sviluppo delle grandi strutture di vendita.

## **Art. 10**

### *Correlazione tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale.*

1. Il rilascio delle concessioni edilizie per le medie e grandi strutture di vendita avviene, in raccordo con quanto previsto nei regolamenti edilizi relativamente alla disciplina per il rilascio delle stesse, non oltre 60 giorni dal rilascio delle autorizzazioni amministrative al commercio, al termine dei procedimenti previsti per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie delle stesse.

2. Per le medesime finalità le istanze volte all'ottenimento di autorizzazioni per le medie o grandi strutture di vendita debbono essere corredate da un attestato di conformità urbanistica delle aree e dei locali indicati, rilascio dai componenti uffici Comunali, o da dichiarazione sostitutiva.

3. L'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata dai Comuni soltanto in conformità agli strumenti di pianificazione territoriale, paesaggistica e urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standard urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento, nonché del rispetto della normativa regionale sul rilascio dell'autorizzazione paesistica.

## **TITOLO IV**

### **Indicazione ai comuni**

#### **Art. 11**

*Strumenti comunali di programmazione ed incentivazione.*

1. I Comuni, per l'esercizio delle funzioni di loro competenza e secondo le specifiche indicazioni contenute negli indirizzi e criteri per la programmazione di cui all'art. 1 comma 2, entro 120 giorni dall'entrata in vigore di quest'ultimo si dotano di appositi piani o provvedimenti contenenti:

a) i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita, da indicare previa analisi ricognitiva e valutazione della rete distributiva comunale, nonché il termine, non superiore ad un anno entro il quale l'esercizio commerciale deve essere attivato, decorso il quale l'autorizzazione s'intende decaduta;

b) gli strumenti di promozione e sviluppo del tessuto commerciale nei centri storici.

2. In caso di inerzia da parte dei Comuni nell'esercizio delle funzioni di programmazione, la Regione provvede in via sostitutiva, ai sensi dell'[art. 6, comma 6, del D.Lgs. n. 114 del 1998](#), adottando le norme necessarie, che restano in vigore fino all'emanazione dei piani o provvedimenti comunali.

3. Entro centottanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, i Comuni possono inibire o sospendere, per un periodo definito o comunque non oltre il termine previsto dall'[art. 10, comma 1 lettera c\), del D.Lgs. n. 114 del 1998](#), gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato, con un provvedimento che individui per l'intero territorio comunale, o parte di esso, la sussistenza di una o più delle seguenti condizioni:

a) esistenza di aree urbane non idonee all'insediamento commerciale per vincoli o limiti previsti in provvedimenti normativi;

b) esecuzione di programmi comunali di valorizzazione e qualificazione della rete commerciale diretti alla realizzazione di infrastrutture e servizi adeguati alle esigenze dei consumatori;

c) esigenze di tutela di specifiche aree localizzate nei centri storici, o di edifici di interesse storico, archeologico e ambientale.

4. L'ultimo periodo della lettera a) dell'[art. 3 della legge regionale 25 agosto 1987, n. 26](#), è sostituito con il seguente: "la spesa ammissibile alle predette agevolazioni non può superare per singolo intervento, la somma di lire 1 miliardo"; ai fini delle agevolazioni sono altresì compresi gli interventi promossi dai Comuni relativi alla valorizzazione commerciale delle aree urbane, alla tutela dei centri storici, allo sviluppo dei centri di minor consistenza demografica e alla programmazione del commercio su aree pubbliche, sulla base delle indicazioni contenute nella normativa regionale di attuazione degli [articoli 6 e 28 del D.Lgs. n. 114 del 1998](#) e in conformità agli indirizzi e alle direttive regionali di urbanistica commerciale <sup>(10)</sup>.

5. ... <sup>(11)</sup> <sup>(12)</sup>.

(10) Vedi, anche, la [Delib.G.R. 20 marzo 2000, n. 238](#).

(11) Comma soppresso come da telegramma del Presidente della Giunta regionale n. 919 del 27 maggio 1999.

(12) Vedi, anche, la [Delib.G.R. 20 marzo 2000, n. 238](#).

## **Art. 12**

### *Progetti di valorizzazione commerciale delle aree urbane.*

1. Per centri storici, oggetto del presente articolo, si intendono le aree riconosciute tali dai Comuni ai fini degli interventi di promozione e programmazione delle attività commerciali o, in mancanza, come delimitate negli strumenti urbanistici comunali.
2. I Comuni approvano progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane al fine di promuovere il rilancio e la qualificazione dell'assetto commerciale dei centri storici e delle aree di servizio consolidate.
3. Ai fini dell'elaborazione dei progetti, i Comuni individuano le aree urbane nelle quali sussistono problemi di salvaguardia della rete commerciale tradizionale e di valorizzazione dell'attività commerciale e urbana.
4. Il progetto di valorizzazione commerciale è elaborato d'iniziativa del Comune mediante la concertazione fra i diversi soggetti pubblici e privati interessati che ne facciano richiesta. Sono soggetti interessati tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, compresi gli esercenti attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande di cui alla [legge n. 287 del 1991](#), nonché gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valori storico e tradizionale operanti all'interno dell'area individuata dal Comune. 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 della qualificazione dell'area stessa e dell'insieme delle attività economiche in essa presenti.
5. Il progetto di valorizzazione commerciale prevede la realizzazione di opere infrastrutturali e di arredo urbano o di rilevante riorganizzazione della logistica e può inoltre prevedere:
  - a) l'attivazione o la modifica di servizi urbani;
  - b) il riuso di contenitori utilizzabili per l'insediamento di nuove attività o per la riqualificazione di quelle esistenti;
  - c) la formazione di nuovi complessi commerciali di vicinato intesi come aggregazione di singoli esercizi di vicinato che usufruiscono di servizi e spazi in comune;
  - d) l'attuazione di azioni di promozione.
6. Ai fini della realizzazione del progetto, il Comune stipula una convenzione che fissa i reciproci impegni delle parti coinvolte.
7. Il Comune, sulla base del progetto, può:
  - a) incentivare la riqualificazione delle attività economiche esistenti o la loro concentrazione o accorpamento;
  - b) vietare i cambi di destinazione d'uso degli immobili da attività commerciale, artigianale o di pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione dell'attività.
8. Nell'ambito delle aree individuate ai sensi dell'art. 11, comma 3 e del comma 3 del presente articolo, la sospensione o inibizione degli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato, nei termini indicati dal predetto art. 11, è disposta sulla base di specifiche valutazioni circa l'impatto

dei nuovi esercizi sull'apparato distributivo e sul tessuto urbano anche in relazione agli obiettivi ed alla tempistica dei progetti di cui al presente articolo.

9. La Regione attribuisce titolo di priorità agli interventi compresi nei progetti di valorizzazione, di cui al presente articolo, ai fini della concessione dei contributi previsti all'art. 3, lett b), della *legge regionale 25 agosto 1987, n. 26* e promuove il coordinamento con l'attuazione degli interventi previsti da altre leggi regionali che possono applicarsi ai medesimi progetti, al fine di assicurare un'interrelazione fra le diverse forme di finanziamento.

### **Art. 13**

*Tutela dei centri storici e delle aree di valore storico, artistico, archeologico e ambientale.*

1. I Comuni possono individuare gli immobili, le aree o i complessi di immobili per i quali, in relazione al particolare e specifico pregio storico, artistico, archeologico o ambientale, sono previste disposizioni regolamentari o urbanistiche di salvaguardia in relazione all'esercizio di attività commerciali, anche al fine di rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali in ordine alla viabilità ed alla mobilità dei consumatori e dell'arredo urbano.

2. Ferme, restando le competenze statali in materia di tutela di beni storici, le disposizioni di salvaguardia di cui al precedente comma, possono riguardare:

a) l'esclusione della vendita di determinati prodotti o merceologie;

b) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine, degli elementi di arredo esterno degli esercizi commerciali, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti;

c) specifiche deroghe, nel rispetto della legge, ai requisiti igienico - edilizi relativi alle attività commerciali ed ai pubblici esercizi esistenti, tendenti a consentirne la permanenza;

d) specifici divieti di cambiamento di destinazione d'uso degli immobili.

3. I Comuni possono prevedere misure di agevolazioni tributaria per la ristrutturazione degli esercizi commerciali, in attuazione di quanto previsto nelle lettere b) e c) del precedente comma 2.

### **Art. 14**

*Sviluppo e rivitalizzazione dei centri di minor consistenza demografica.*

1. Per la rivitalizzazione e lo sviluppo della rete di vendita nel territorio comunale nelle frazioni e nelle altre aree con popolazione inferiore a 3.000 «abitanti, nonché nelle zone montane, individuate con atto della Provincia ove le stesse ricadono, i Comuni possono dotarsi di appositi strumenti» <sup>(13)</sup> di promozione e sviluppo, comprendenti la possibilità di realizzazione di centri polifunzionali di servizio.

2. Ai fini dell'efficacia degli strumenti di promozione e sviluppo, i comuni possono prevedere, per gli esercizi interessati:

a) l'esenzione da vincoli di orario o di chiusura domenicale e festiva;

b) l'esenzione da tributi locali e regionali.

3. I centri polifunzionali prevedono la presenza in unica struttura o complesso unitario, di:
  - a) attività di vendita di prodotti vari con valorizzazione delle produzioni agroalimentari ed artigianali calabresi;
  - 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.
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 deliberazioni della Giunta regionale, su istanza dei Comuni sul cui territorio gli stessi sono costituiti.
6. La Regione può disporre che l'allestimento dei centri polifunzionali avvenga con criteri unitari mediante strutture ed attrezzature uniformi in tutto il territorio calabrese e 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 <sup>(14)</sup>.

(13) Le parole racchiuse fra virgolette sono state segnalate dal Presidente del Consiglio regionale con telegramma n. 827 del 10 maggio 1999.

(14) Vedi la *Delib.G.R. 7 giugno 2000, n. 307*.

## **Art. 15**

### *Procedura per l'individuazione dei Comuni turistici e delle città d'arte.*

1. Ai fini di quanto previsto nell'*articolo 12 del D.Lgs. n. 114 del 1998*, presso l'Assessorato al commercio della Regione è tenuto l'elenco regionale dei comuni ad economia prevalentemente turistica e delle città d'arte nel quale sono iscritti, su indicazione dell'Assessorato al turismo, i Comuni e le città d'arte che rientrano nei parametri indicati nell'allegato B alla presente legge.
2. Condizione per l'inserimento nell'elenco regionale, di cui al precedente comma 1, è la sussistenza di almeno due parametri tra quelli riportati nell'allegato B, ovvero la presenza di almeno un sito di interesse artistico individuato dalla Regione ai sensi dell'*articolo 2 del D.P.R. 13 dicembre 1995*.
3. I Comuni possono proporre alla Giunta regionale l'inserimento nell'elenco regionale, indicando le zone interessate da flussi turistici, nonché i periodi di maggiore afflusso turistico, sulla base di quanto indicato nel presente articolo e dei parametri contenuti nell'allegato B, con la consultazione delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e del turismo e dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello comunale, della quale si dà conto nella richiesta di inserimento nell'elenco.
4. Qualora non ricorrano le condizioni di cui ai precedenti commi 1 e 2, i comuni potranno comunque avanzare richiesta di inserimento nell'elenco,

inoltrando alla Giunta regionale adeguata documentazione attestante l'esistenza del piano di indirizzo e di regolazione degli orari adottato dal comune sulla base di quanto previsto dall'*art. 36, comma 3, della legge 8 giugno 1990, n. 142*, sentite le organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e del turismo e dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello comunale.

5. Per l'individuazione di zone del territorio, il Comune verifica la presenza in tali aree di un'adeguata densità di strutture ricettive, pubblici esercizi e strutture commerciali, anche di vicinato, funzionali alle esigenze della domanda turistica, anche in relazione a limitati periodi dell'anno. Per le città d'arte tali zone coincidono con le aree classificate dallo strumento urbanistico comunale come centro storico.

## **TITOLO V**

### **Vendite di liquidazione e di fine stagione**

#### **Art. 16**

##### *Vendite di liquidazione.*

1. L'operatore che intenda effettuare una vendita di liquidazione deve darne comunicazione al Comune almeno 15 giorni prima della data in cui deve avere inizio. La comunicazione deve contenere:

a) in caso di liquidazione per cessazione dell'attività commerciale, atto di rinuncia all'autorizzazione per le medie o grandi strutture di vendita ovvero, per gli esercizi di vicinato, dichiarazione di cessazione dell'attività;

b) in caso di liquidazione per cessione d'azienda, copia del contratto, non preliminare, redatto con atto pubblico o scrittura privata registrata;

c) in caso di liquidazione per trasferimento in altri locali, copia della comunicazione di trasferimento, se trattasi di esercizi di vicinato, ovvero dell'autorizzazione negli altri casi, unitamente a prova della disponibilità dei nuovi locali;

d) in caso di liquidazione per trasformazione o rinnovo dei locali, dichiarazione di esecuzioni dei lavori per un importo non inferiore a lire 100.000, I.V.A. esclusa, a metro quadrato, fino ad un valore di 10 milioni, da comprovare successivamente con copia delle fatture;

e) per tutti i tipi di vendita di liquidazione, l'ubicazione dei locali in cui deve essere effettuata, che in caso di trasferimento sono quelli di provenienza, la data di inizio e di fine della vendita, le merci oggetto della stessa.

2. Al termine della vendita di liquidazione per il rinnovo o la trasformazione dei locali l'esercizio deve essere immediatamente chiuso per il tempo necessario all'effettuazione dei lavori e comunque per un periodo non inferiore a cinque giorni.

3; Le vendite di liquidazione possono essere effettuate, per una durata massima di sei settimane, in ogni periodo dell'anno esclusi il mese di dicembre ed i trenta giorni precedenti l'inizio di ciascun periodo di vendite di fine stagione.



**Art. 17***Vendite di fine stagione o saldi.*

1. Per prodotti a carattere stagionale o di moda, suscettibili di deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo e che possono essere oggetto di vendita di fine stagione, si intendono:
  - a) i generi di vestiario e abbigliamento in genere;
  - b) gli accessori dell'abbigliamento e la biancheria intima;
  - c) le calzature, pelletterie, gli articoli di valigeria e da viaggio;
  - d) gli articoli sportivi;
  - e) gli articoli di elettronica;
  - f) le confezioni ed i prodotti tipici natalizi, al termine del periodo natalizio.
2. I Comuni possono estendere l'elenco dei prodotti di cui al comma 1, sulla base di valutazione degli usi locali, sentite le Associazioni provinciali di categoria degli operatori commerciali e dei consumatori.
3. L'esercente che intende effettuare una vendita di fine stagione o saldo deve, darne comunicazione al Comune, almeno 5 giorni prima, indicando:
  - a) la data di inizio e la durata della vendita;
  - b) i prodotti oggetto della vendita;
  - c) la sede dell'esercizio;
  - d) le modalità di separazione dei prodotti offerti in vendita di fine stagione, da tutti gli altri.
- 3-bis. L'avvio per il periodo dei saldi estivi ed invernali, di norma, è rispettivamente previsto per la prima decade del mese di luglio e gennaio, secondo le modalità del successivo comma 4 <sup>(15)</sup>.
4. Le vendite di fine stagione o saldi debbono essere presentate al pubblico come tali e possono essere effettuate per i periodo e la durata da determinarsi con atto della Giunta regionale, anche con differenziazioni per ambiti provinciali, sentiti i rappresentanti degli enti locali, le organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e dei sindacati dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello regionale <sup>(16)</sup>.
5. Le vendite promozionali possono essere liberamente effettuate salvo le prescrizioni derivanti dal diritto comunitario vigente in materia. Per lo svolgimento delle vendite promozionali, effettuate all'interno degli esercizi commerciali, non occorre l'ottenimento di autorizzazioni preventive né si applicano limitazioni di ordine temporale o quantitativo. Le vendite promozionali non possono essere effettuate nei 15 (quindici) giorni precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti <sup>(17)</sup>.

(15) Comma aggiunto dall'*art. 30, comma 1, lettera a)*, *L.R. 13 giugno 2008, n. 15*.

(16) Comma così sostituito dall'*art. 36, comma 8, L.R. 28 agosto 2000, n. 14*. Il testo originario così sanciva: «4. Le vendite di fine stagione o saldi debbono essere presentate al pubblico come tali e possono essere effettuate solamente dal 1 febbraio al 15 marzo o dal 1 agosto al 15 settembre.».

(17) Comma aggiunto dall'*art. 30, comma 1, lettera b)*, *L.R. 13 giugno 2008, n. 15*.

**Art. 18***Disposizioni comuni.*

1. Nelle vendite di liquidazione e di fine stagione è vietato il riferimento a vendite fallimentari, aste, vendite giudiziarie, giochi a premio nonché la vendita con il sistema del pubblico incanto.
2. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità delle asserzioni pubblicitarie che debbono essere presentate graficamente in modo non ingannevole e contenere gli estremi delle comunicazioni, la durata e l'oggetto della vendita.
3. I prodotti offerti in vendita straordinaria debbono essere nettamente separati da quelli eventualmente, posti in vendita alle condizioni ordinarie. In mancanza di separazione tutti i prodotti esposti debbono essere venduti alle condizioni più favorevoli previste per la vendita straordinaria, salvo il caso in cui gli stessi non possano essere oggetto di tale forma di vendita.
4. Nel caso in cui per una stessa voce merceologica si praticino prezzi di vendita diversi, a seconda della varietà degli articoli che rientrano in tale voce, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più alto e quello più basso con lo stesso rilievo tipografico.
5. Nel caso in cui sia indicato un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce reclamizzata devono essere venduti a tale prezzo.
6. I prezzi pubblicizzati debbono essere praticati nei confronti di qualsiasi compratore, senza limitazioni di quantità e senza abbinamento di vendite, fino all'esaurimento delle scorte.
7. Durante il periodo di vendita di fine stagione o di liquidazione è ammesso vendere solo prodotti già presenti nell'esercizio, con divieto di introdurre di nuove, sia acquistate sia in conto deposito.
8. L'esaurimento delle scorte deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile dall'esterno del locale di vendita, con le stesse forme e rilievo grafico adoperato per evidenziare la presenza di vendita straordinaria nel locale.

**TITOLO VI****Strumenti di qualificazione e sviluppo imprenditoriale, professionale ed economico****Art. 19***Osservatorio regionale del commercio.*

1. In attuazione dell'*art. 6, comma 1, lettera g), del D.Lgs. n. 114 del 1998*, è istituito l'Osservatorio regionale del commercio allo scopo di monitorare l'entità e l'efficienza della rete distributiva.
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 delle Camere di commercio e 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 ed 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, i soggetti incaricati della conduzione dell'Osservatorio a livello istituzionale, nonché le procedure, i criteri e le modalità di partecipazione dei rappresentanti dei Comuni, delle Province, delle Camere di commercio nonché delle organizzazioni, maggiormente rappresentative a livello regionale, dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti, sono stabilite dalla Giunta regionale con apposito provvedimento attuativo, da emanare entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge <sup>(18)</sup>.

(18) Vedi, anche, la *Delib.G.R. 26 ottobre 1999, n. 3418*.

## **Art. 20**

### *Attività di formazione per gli operatori commerciali.*

1. La Regione promuove la formazione professionale degli operatori richiedenti l'accesso all'attività commerciale e di quelli che già esercitano tale attività, allo scopo di sostenere e qualificare l'occupazione nel settore distributivo, in conformità con le disposizioni regionali in materia di attività di formazione professionale e di politiche attive del lavoro e di formazione e servizi all'impiego.

2. L'attività formativa regionale si ispira ai seguenti principi generali:

a) garanzia di un'ampia ed efficiente offerta formativa, attraverso l'individuazione di una pluralità di soggetti qualificati che possono essere ammessi alla gestione dei corsi;

b) contenimento dei costi di accesso alla formazione, con particolare riferimento alla riqualificazione della piccola impresa;

c) elevata qualità della formazione, anche in considerazione degli effetti giuridici che dalla stessa discendono;

d) integrabilità dei programmi formativi di base e loro personalizzazione, in relazione a specifiche esigenze e caratteristiche dei diversi contesti territoriali, con particolare riguardo alle aree intensamente interessate da fenomeni turistici;

e) gradualità del progetto di elevazione del livello formativo generale;

f) garanzia di omogeneità dei livelli minimi di formazione a livello regionale, mediante procedure uniformi di espletamento di prove finali.

3. I corsi di formazione possono essere gestiti prioritariamente, mediante apposita convenzione di affidamento, dai seguenti soggetti:

a) le Associazioni di categoria del commercio legalmente costituite a livello regionale e gli enti di formazione dalle stesse istituiti;

b) le Camere di commercio e le strutture di formazione da esse promosse;

c) le strutture incaricate dell'attività di assistenza tecnica di cui al successivo art. 21.

4. Con apposito provvedimento attuativo sono stabiliti <sup>(19)</sup>:

a) il numero di corsi qualificanti previsti annualmente in ciascuna provincia e le modalità per la loro determinazione;

b) le materie previste e le ore minime di insegnamento, eventualmente integrabili dai soggetti gestori dei corsi curando il livello qualitativo degli stessi e la loro omogeneità nell'ambito regionale, tenendo conto che, al fine di garantire idonei requisiti professionali, i corsi stessi devono avere per oggetto materie che garantiscano l'approfondimento delle disposizioni relative alla salute e alla sicurezza del lavoro, alla tutela e alla informazione del consumatore, alla normativa sull'igiene dei prodotti alimentari nonché idonee a fornire elementi di gestione e marketing aziendale;

c) le modalità di svolgimento delle prove finali che, per i corsi qualificanti, consistono in una prova scritta ed in un colloquio;

d) ogni altro aspetto organizzativo o regolamentare indicato ai commi 7 e 9 dell'[art. 5 del D.Lgs. n. 114 del 1998](#) che fosse opportuno disciplinare o integrare, compresi criteri e direttive per l'organizzazione di corsi facoltativi di aggiornamento.

---

(19) Il provvedimento attuativo di cui al presente comma, è stato approvato con [Delib.C.R. 18 gennaio 2000, n. 407](#).

## **Art. 21**

### *Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali.*

1. La Regione favorisce le iniziative volte a promuovere nelle imprese della distribuzione, ed 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 elevarne il livello tecnologico.

2. Con apposito regolamento <sup>(20)</sup> sono definiti:

a) i requisiti affinché centri istituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria, dalle Camere di commercio e da altri enti possano essere autorizzati a svolgere attività di assistenza tecnica riconosciuta ai sensi dell'[art. 23 del D.Lgs. n. 114 del 1998](#);

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, tenendo anche conto delle direttive per il cofinanziamento di interventi regionali contenute nella [deliberazione CIPE del 5 agosto 1998](#), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale 17 novembre 1998, n. 269 a valere sul fondo di cui all'art. 16, comma 1, della legge 7 agosto 1997, n. 226;

d) ogni altra disposizione necessaria alla sollecita istituzione e funzionamento dei Centri di assistenza tecnica.

(20) Vedi la [Delib.C.R. 25 gennaio 2000, n. 408](#).

## **TITOLO VII** **Disposizioni transitorie e finali**

### **Art. 22**

#### *Disposizioni transitorie.*

1. Entro 60 giorni dall'entrata in vigore della presente legge i Comuni provvedono:

a) alla ricognizione dei principali dati e caratteristiche dell'apparato distributivo al dettaglio in sede fissa e su aree pubbliche esistenti nel proprio territorio ed alle relative problematiche, con particolare riguardo alle medie strutture di vendite ed alla rete distributiva del centro storico;

b) alla redazione di studi preliminari, sulla base delle risultanze della ricognizione di cui alla lettera precedente, finalizzata all'emanazione dei provvedimenti comunali di cui all'art. 11, primo comma, della presente legge;

c) alla ricognizione dello stato di informatizzazione della gestione dei dati e delle procedure relative al commercio ed alla comunicazione delle risultanze all'Assessorato regionale competente.

2. Non appena approvati dal Consiglio regionale gli indirizzi e criteri per la programmazione di cui all'art. 1, comma 2 i Comuni integrano le analisi e gli studi preliminari trasformandoli in progetti di regolamentazione, sviluppo e promozione delle reti distributive locali.

3. Entro 180 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, i Comuni adeguano gli strumenti urbanistici generali e attuativi e i regolamenti di polizia locale, al fine di individuare le aree da destinare agli insediamenti commerciali. Trascorso inutilmente tale termine, la Regione provvede ai sensi dell'[art. 6, comma 6, del D.Lgs. n. 114 del 1998](#).

4. Fino a quando non si provvederà all'individuazione dei comuni ad economia prevalentemente turistica ed alle città d'arte, secondo quanto previsto nel precedente articolo 15, restano in vigore, per le finalità di cui all'[art. 12 del D.Lgs. n. 114 del 1998](#), le disposizioni relative all'individuazione dei comuni turistici contenute nel decreto del Presidente della Regione 11 luglio 1985, n. 1314, ai sensi dell'[art. 6 della legge regionale 16 gennaio 1985, n. 5](#).

5. L'esame delle istanze relative alle grandi strutture di vendita ha luogo sulla base degli indirizzi e dei criteri contenuti nel provvedimento di cui all'articolo 2, comma 1.

6. L'esame delle istanze relative alle medie strutture di vendita ha luogo sulla base dei provvedimenti comunali di indirizzo e programmazione di cui al precedente art. 11.

7. Nell'esame delle istanze relative alle domande di autorizzazione di cui agli *artt. 26 e 27 della legge 11 giugno 1971, n. 426*, trasmesse alla Giunta regionale entro il 16 gennaio 1998, corredate a norma secondo quanto previsto dall'art. 25, comma 5, del decreto legislativo n. 114/981 non si applicano gli indirizzi ed i provvedimenti di cui ai precedenti commi 5 e 6 <sup>(21)</sup>.

8. ... <sup>(22)</sup>.

9. Le richieste di incentivazione da parte dei Comuni per la redazione dei "piani di adeguamento della rete distributiva", già ammesse, ai benefici della *legge regionale n. 26 del 1987* con provvedimento della Giunta regionale anteriore alla data del 16 gennaio 1998, possono usufruire delle agevolazioni concesse per gli importi già determinati se gli stessi elaborati risulteranno corrispondenti ai criteri di cui alla presente legge.

10. Fino a quando non sarà stato emanato il provvedimento in materia di formazione di cui all'art. 20 comma 4, i corsi di qualificazione per il settore alimentare, di cui all'art. 5 del decreto, possono essere effettuati dai medesimi soggetti e con le medesime modalità con cui, all'entrata in vigore della presente legge, sono effettuati i corsi per la qualificazione al Registro esercenti il commercio per il settore alimentare.

---

(21) Comma così sostituito dall'*art. 4, L.R. 15 dicembre 2000, n. 19*. Il testo originario era così formulato: «7. Le istanze relative alle domande di autorizzazione di cui agli *artt. 26 e 27 della legge 11 giugno 1971, n. 426*, trasmesse dal Comune alla Giunta regionale entro il 16 gennaio 1998, corredate a norma secondo quanto previsto dall'*art. 25, comma 5, del D.Lgs. n. 114 del 1998*, vengono esaminate prioritariamente, sulla base degli indirizzi e dei provvedimenti di cui ai precedenti commi 5 e 6, secondo l'ordine cronologico di presentazione. Tali istanze mantengono l'ordine di priorità temporale se i richiedenti provvedono a completarle, inviando le dovute integrazioni, al Comune competente, entro il termine di 60 giorni dall'entrata in vigore della presente legge regionale.».

(22) Comma soppresso come da telegramma del Presidente della Giunta regionale n. 919 del 27 maggio 1999.

### **Art. 23** *Sanzioni.*

1. La violazione delle disposizioni regionali previste negli strumenti attuativi è sanzionata sulla base degli articoli del *D.Lgs. n. 114 del 1998* ai quali le stesse sono riconducibili. Negli altri casi gli strumenti attuativi possono disporre la sanzione amministrativa del pagamento di una somma non superiore a lire 500.000 nel minimo ed a lire 3.000.000 nel massimo.

**Art. 24***Dichiarazione di urgenza.*

1. La presente legge è dichiarata urgente ed entrerà in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.

**Allegato A**

Area di gravitazione Commerciale 1 - Praia a Mare	
Comune	Provincia
Aieta	Cosenza
Papasidero	Cosenza
Praia a Mare	Cosenza
San Nicola Arcella	Cosenza
Santa Domenica Talao	Cosenza
Scalea	Cosenza
Tortora	Cosenza
Area di gravitazione Commerciale 2 - Castrovillari	
Comune	Provincia
Acquaformosa	
Cosenza	
Altomonte	Cosenza
Cassano allo Jonio	Cosenza
Castrovillari	Cosenza
Cerchiara di Calabria	Cosenza
Civita	Cosenza
Firmo	Cosenza
Francavilla Marittima	Cosenza
Frascineto	Cosenza
Laino Borgo	Cosenza
Laino Castello	Cosenza
Lungro	Cosenza
Morano Calabro	Cosenza
Mormanno	Cosenza
Mottafollone	Cosenza
San Basile	Cosenza
San Lorenzo Bellizzi	Cosenza
San Lorenzo del Vallo	Cosenza
Saracena	Cosenza
Spezzano Albanese	Cosenza
Terranova da Sibari	Cosenza
Area di gravitazione Commerciale 3 - Trebisacce	
Comune	Provincia
Albidona	Cosenza
Alessandria del Carretto	Cosenza
Amendolara	Cosenza
Canna	Cosenza
Castroregio	Cosenza
Montegiordano	Cosenza
Nocera	Cosenza
Oriolo	Cosenza
Plataci	Cosenza
Rocca Imperiale	Cosenza
Roseto Capo Spulico	Cosenza
Trebisacce	Cosenza
Villapiana	Cosenza
Area di gravitazione Commerciale 4 - Diamante	
Comune	Provincia
Belvedere Marittimo	Cosenza
Buonvicino	Cosenza
Diamante	Cosenza
Grisolia	Cosenza
Maierà	Cosenza
Orsomarso	Cosenza
San Donato di Ninea	Cosenza
San Sosti	Cosenza
Santa Maria del Cedro	Cosenza
Sant'Agata di Esaro	Cosenza
Verbicaro	Cosenza
Area di gravitazione Commerciale 5 - Corigliano Calabro	
Comune	Provincia
Bocchigliero	Cosenza
Calopezzati	Cosenza
Caloveto	Cosenza
Campana	Cosenza
Cariati	Cosenza

Corigliano Calabro	Cosenza
Cropalati	Cosenza
Crosia	Cosenza
Longobucco	Cosenza
Mandatoriccio	Cosenza
Paludi	Cosenza
Pietrapaola	Cosenza
Rossano	Cosenza
San Cosmo Albanese	Cosenza
San Giorgio Albanese	Cosenza
Scala Coeli	Cosenza
Terravecchia	Cosenza
Vaccarizzo	Cosenza
Area di gravitazione Commerciale 6 - Paola Comune Provincia	Provincia
Comune	Cosenza
Acquappesa	Cosenza
Bonifati	Cosenza
Cetraro	Cosenza
Fagnano Castello	Cosenza
Falconara Albanese	Cosenza
Fiumefreddo Bruzio	Cosenza
Fuscaldo	Cosenza
Guardia Piemontese	Cosenza
Malvito	Cosenza
Paola	Cosenza
San Lucido	Cosenza
Sangineto	Cosenza
Santa Caterina Albanese	Cosenza
Area di gravitazione Commerciale 7 - Cosenza	Provincia
Comune	Cosenza
Acri	Cosenza
Altilia	Cosenza
Aprigliano	Cosenza
Belsito	Cosenza
Bianchi	Cosenza
Bisignano	Cosenza
Carolei	Cosenza
Carpanzano	Cosenza
Casole Bruzio	Cosenza
Castiglione Cosentino	Cosenza
Castrolibero	Cosenza
Celico	Cosenza
Cellara	Cosenza
Cerisano	Cosenza
Cervicati	Cosenza
Cerzeto	Cosenza
Colosimi	Cosenza
Cosenza	Cosenza
Dipignano	Cosenza
Domanico	Cosenza
Figline Vegliaturo	Cosenza
Grimaldi	Cosenza
Lago	Cosenza
Lappano	Cosenza
Lattarico	Cosenza
Luzzi	Cosenza
Malito	Cosenza
Mangone	Cosenza
Marano Marchesato	Cosenza
Marano Principato	Cosenza
Marzi	Cosenza
Mendicino	Cosenza
Mongrassano	Cosenza
Montalto Uffugo	Cosenza
Panettieri	Cosenza
Parenti	Cosenza
Paterno Calabro	Cosenza
Pedace	Cosenza
Pedivigliano	Cosenza
Piane Crati	Cosenza
Pietrafitta	Cosenza
Rende	Cosenza
Roggiano Gravina	Cosenza
Rogliano	Cosenza
Rose	Cosenza
Rota Greca	Cosenza
Rovito	Cosenza
San Benedetto Ullano	Cosenza
San Demetrio Corone	Cosenza
San Fili	Cosenza
San Marco Argentano	Cosenza
San Martino di Finita	Cosenza
San Pietro in Guarano	Cosenza



San Vincenzo la Costa	Cosenza
Santa Sofia d'Epiro	Cosenza
Santo Stefano di Rogliano	Cosenza
Scigliano	Cosenza
Serra Pedace	Cosenza
Spezzano della Sila	Cosenza
Spezzano Piccolo	Cosenza
Tarsia	Cosenza
Torano Castello	Cosenza
Trenta	Cosenza
Zumpano	Cosenza
Area di gravitazione Commerciale 8 - Crotone	
Comune	Provincia
Belvedere di Spinello	Crotone
Caccuri	Crotone
Carfizzi	Crotone
Casabona	Crotone
Cerenzia	Crotone
Cirò	Crotone
Cirò Marina	Crotone
Crotone	Crotone
Crucoli	Crotone
Cutro	Crotone
Isola di Capo Rizzuto	Crotone
Melissa	Crotone
Pallagorio	Crotone
Rocca di Neto	Crotone
Roccabernarda	Crotone
San Mauro Marchesato	Crotone
San Nicola dell'Alto	Crotone
Santa Severina	Crotone
Scandale	Crotone
Strongoli	Crotone
Area di gravitazione Commerciale 8/a - San Giovanni in Fiore	
Comune	Provincia
Castelsilano	Crotone
San Giovanni in Fiore	Cosenza
Savelli	Crotone
Umbriatico	Crotone
Verzino	Crotone
Area di gravitazione Commerciale 8/b - Taverna	
Comune	Provincia
Albi	Catanzaro
Andali	Catanzaro
Belcastro	Catanzaro
Cerva	Catanzaro
Cotronei	Crotone
Fossato Serralta	Catanzaro
Magisano	Catanzaro
Marcedusa	Catanzaro
Mesoraca	Crotone
Pentone	Catanzaro
Petilia Policastro	Crotone
Petronà	Catanzaro
Sellia	Catanzaro
Sersale	Catanzaro
Sorbo San Basile	Catanzaro
Taverna	Catanzaro
Zagarise	Catanzaro
Area di gravitazione Commerciale 9 - Amantea	
Comune	Provincia
Aiello Calabro	Cosenza
Amantea	Cosenza
Belmonte Calabro	Cosenza
Cleto	Cosenza
Longobardi	Cosenza
Martirano	Catanzaro
Martirano Lombardo	Catanzaro
Motta Santa Lucia	Catanzaro
San Pietro in Amantea	Cosenza
Serra d'Aiello	Cosenza
Area di gravitazione Commerciale 10 - Lamezia Terme	
Comune	Provincia
Conflenti	Catanzaro
Curinga	Catanzaro
Decollatura	Catanzaro
Falerna	Catanzaro
Feroleto Antico	Catanzaro
Gizzeria	Catanzaro
Jacurso	Catanzaro
Lamezia Terme	Catanzaro
Maida	Catanzaro
Nocera Terinese	Catanzaro

Pianopoli	Catanzaro
Platania	Catanzaro
San Mango d'Aquino	Catanzaro
San Pietro a Maida	Catanzaro
Area di gravitazione Commerciale 11 - Catanzaro	
Comune	Provincia
Amaroni	Catanzaro
Amato	Catanzaro
Borgia	Catanzaro
Botricello	Catanzaro
Caraffa di Catanzaro	Catanzaro
Carlopoli	Catanzaro
Catanzaro	Catanzaro
Cicala	Catanzaro
Cortale	Catanzaro
Cropani	Catanzaro
Gimigliano	Catanzaro
Girifalco	Catanzaro
Marcellinara	Catanzaro
Miglierina	Catanzaro
San Floro	Catanzaro
San Pietro Apostolo	Catanzaro
Sellia Marina	Catanzaro
Serrastretta	Catanzaro
Settingiano	Catanzaro
Simeri Crichi	Catanzaro
Soveria Mannelli	Catanzaro
Soveria Simeri	Catanzaro
Squillace	Catanzaro
Staletti	Catanzaro
Tiriolo	Catanzaro
Vallefiorita	Catanzaro
Area di gravitazione Commerciale 12 - Vibo Valentia	
Comune	Provincia
Acquaro	Vibo Valentia
Arena	Vibo Valentia
Briatico	Vibo Valentia
Cessaniti	Vibo Valentia
Dasà	Vibo Valentia
Dinami	Vibo Valentia
Drapia	Vibo Valentia
Filadelfia	Vibo Valentia
Filandari	Vibo Valentia
Filogaso	Vibo Valentia
Francavilla Angitola	Vibo Valentia
Francica	Vibo Valentia
Gerocarne	Vibo Valentia
Ionadi	Vibo Valentia
Limbadi	Vibo Valentia
Maierato	Vibo Valentia
Mileto	Vibo Valentia
Monterosso Calabro	Vibo Valentia
Nicotera	Vibo Valentia
Parghelia	Vibo Valentia
Pizzo	Vibo Valentia
Pizzoni	Vibo Valentia
Rombiolo	Vibo Valentia
San Calogero	Vibo Valentia
San Costantino Calabro	Vibo Valentia
San Gregorio d'Ippona	Vibo Valentia
San Nicola da Crissa	Vibo Valentia
Sant'Onofrio	Vibo Valentia
Sorianello	Vibo Valentia
Soriano Calabro	Vibo Valentia
Stefanaconi	Vibo Valentia
Vazzano	Vibo Valentia
Vibo Valentia	Vibo Valentia
Zaccanopoli	Vibo Valentia
Zambrone	Vibo Valentia
Zungri	Vibo Valentia
«Polia	Vibo Valentia» <sup>(23)</sup>
Area di gravitazione Commerciale 12/a - Ricadi	
Comune	Provincia
Ioppolo	Vibo Valentia
Ricadi	Vibo Valentia
Spilinga	Vibo Valentia
Tropea	Vibo Valentia
Area di gravitazione Commerciale 12/b - Serra San Bruno	
Comune	Provincia
Brognaturo	Vibo Valentia
Capistrano	Vibo Valentia
Cardinale	Catanzaro
Fabrizia	Vibo Valentia

Mongiana	Vibo Valentia
Nardodipace	Vibo Valentia
Serra San Bruno	Vibo Valentia
Simbario	Vibo Valentia
Spadola	Vibo Valentia
Torre di Ruggiero	Catanzaro
Vallelonga	Vibo Valentia
Area di gravitazione Commerciale 13 - Soverato	
Comune	Provincia
Argusto	Catanzaro
Badolato	Catanzaro
Cenadi	Catanzaro
Centrache	Catanzaro
Chiaravalle Centrale	Catanzaro
Davoli	Catanzaro
Gagliato	Catanzaro
Gasperina	Catanzaro
Guardavalle	Catanzaro
Isca sullo Jonio	Catanzaro
Montauro	Catanzaro
Montepaone	Catanzaro
Olivadi	Catanzaro
Palermi	Catanzaro
Petrizzi	Catanzaro
San Sostene	Catanzaro
San Vito sullo Jonio	Catanzaro
Santa Caterina dello Jonio	Catanzaro
Sant'Andrea Apostolo dello J.	Catanzaro
Satriano	Catanzaro
Soverato	Catanzaro
Area di gravitazione Commerciale 14 - Gioia Tauro	
Comune	Provincia
Anoia	Reggio Calabria
Bagnara Calabra	Reggio Calabria
Candidoni	Reggio Calabria
Cosoleto	Reggio Calabria
Delianuova	Reggio Calabria
Feroleto della Chiesa	Reggio Calabria
Galatro	Reggio Calabria
«Giffone	Reggio Calabria
Gioia Tauro	Reggio Calabria
Laureana di Borrello	Reggio Calabria
Maropati	Reggio Calabria
Melicuccà	Reggio Calabria
Meliucco	Reggio Calabria
Palmi	Reggio Calabria
Rizziconi	Reggio Calabria
Rosarno	Reggio Calabria
San Ferdinando	Reggio Calabria
San Pietro di Caridà	Reggio Calabria
San Procopio	Reggio Calabria
Sant'Eufemia d'Aspromonte	Reggio Calabria
Scido	Reggio Calabria
Seminara	Reggio Calabria
Serrata	Reggio Calabria
Sinopoli	Reggio Calabria»
	<sup>(24)</sup>
«Area di gravitazione Commerciale 14/a - Taurianova	
Comune	Provincia
Cinquefrondi	Reggio Calabria
Cittanova	Reggio Calabria
Molochio	Reggio Calabria
Oppido Mamertina	Reggio Calabria
Polistena	Reggio Calabria
San Giorgio Morgeto	Reggio Calabria
Santa Cristinad'Aspromonte	Reggio Calabria
Taurianova	Reggio Calabria
Terranova Sappo Minulio	Reggio Calabria
Varapodio	Reggio Calabria»
	<sup>(25)</sup>
Area di gravitazione Commerciale 15 - Locri	
Comune	Provincia
Grotteria	Reggio Calabria
Locri	Reggio Calabria
Mammola	Reggio Calabria
Marina di Gioiosa Jonica	Reggio Calabria
Martone	Reggio Calabria
Monasterace	Reggio Calabria
Pazzano	Reggio Calabria
Placanica	Reggio Calabria
Plati	Reggio Calabria
Portigliola	Reggio Calabria
Riace	Reggio Calabria
Roccella Jonica	Reggio Calabria

Samo	Reggio Calabria
San Giovanni di Gerace	Reggio Calabria
San Luca	Reggio Calabria
Sant'Agata del Bianco	Reggio Calabria
Sant'Illario dello Jonio	Reggio Calabria
Siderno	Reggio Calabria
Staiti	Reggio Calabria
Stignano	Reggio Calabria
Stilo	Reggio Calabria
«Africo	Reggio Calabria
Agnana Calabra	Reggio Calabria
Antonimina	Reggio Calabria
Ardore	Reggio Calabria
Benestare	Reggio Calabria
Bianco	Reggio Calabria
Bivongi	Reggio Calabria
Bovalino	Reggio Calabria
Brancaleone	Reggio Calabria
Bruzzano Zeffirio	Reggio Calabria
Camini	Reggio Calabria
Canolo	Reggio Calabria
Caraffa del Bianco	Reggio Calabria
Careri	Reggio Calabria
Casignana	Reggio Calabria
Caulonia	Reggio Calabria
Ciminà	Reggio Calabria
Ferruzzano	Reggio Calabria
Gerace	Reggio Calabria
Gioiosa Ionica	Reggio Calabria»
Area di gravitazione Commerciale 16 - Reggio Calabria	(26)
Comune	Provincia
Calanna	Reggio Calabria
Campo Calabro	Reggio Calabria
Cardeto	Reggio Calabria
Fiumara	Reggio Calabria
Laganadi	Reggio Calabria
Motta San Giovanni	Reggio Calabria
Reggio di Calabria	Reggio Calabria
San Roberto	Reggio Calabria
Sant'Alessio in Aspromonte	Reggio Calabria
Santo Stefano in Aspromonte	Reggio Calabria
Scilla	Reggio Calabria
Villa San Giovanni	Reggio Calabria
Area di gravitazione Commerciale 17- Melito di Porto Salvo	Provincia
Comune	Reggio Calabria
Bagaladi	Reggio Calabria
Bova	Reggio Calabria
Bova Marina	Reggio Calabria
Condofuri	Reggio Calabria
Melito di Porto Salvo	Reggio Calabria
Montebello Jonico	Reggio Calabria
Palizzi	Reggio Calabria
Roccaforte del Greco	Reggio Calabria
Roghudi	Reggio Calabria
San Lorenzo	Reggio Calabria

(23) Le parole racchiuse fra virgolette sono state segnalate dal Presidente del Consiglio regionale con telegramma n. 927 del 28 maggio 1999.

(24) Le parole racchiuse fra virgolette sono state segnalate dal Presidente del Consiglio regionale con telegramma n. 927 del 28 maggio 1999.

(25) Le parole racchiuse fra virgolette sono state segnalate dal Presidente del Consiglio regionale con telegramma n. 927 del 28 maggio 1999.

(26) Le parole racchiuse fra virgolette sono state segnalate dal Presidente del Consiglio regionale con telegramma n. 927 del 28 maggio 1999.

## Allegato B

Parametri per l'individuazione dei Comuni ad economia prevalentemente turistica e delle città d'arte

1) I parametri per l'inserimento dei Comuni nell'elenco regionale di cui all'art. 15 della legge regionale sono così definiti:

a) Parametri riferiti alla domanda turistica

- a.1. arrivi su popolazione residente...
- a.2. presenze su popolazione residente...
- a.3. arrivi su superficie territoriale (kmq)...
- a.4. presenza su superficie territoriale (kmq)...
- a.5. presenze più popolazione residente su superficie territoriale (kmq)...

b) Parametri riferiti all'offerta turistica

b.1 capacità ricettiva (posti letto) totale su popolazione residente (per 100 abitanti):...;

b.2. strutture ricettive su popolazione residente (per 1000 abitanti):...;

b.3. unità locali attività sul totale unità locali (%):...;

b.4. addetti unità locali attività sul totale addetti unità locali (%):...

2) I parametri di cui al comma precedente sono calcolati:

- per la lett. a): rapportando gli arrivi e le presenze annuali con la popolazione residente e con la superficie territoriale; sono calcolati per Comune e, per mese e sono riferiti all'ultimo anno disponibile della rilevazione sul movimento mensile della popolazione validata dall'Ufficio regionale di statistica;

- per la lett. b) dai dati del Censimento intermedio dell'industria e dei servizi al 31 dicembre 1996, nonché dalle Statistiche sul turismo rese dall'ISTAT, calcolando gli indicatori sulle unità locali e sugli addetti delle unità locali per Comune rispetto alle categorie di seguito indicate, tratte dall'elenco E - Attività connesse al turismo della Classificazione delle attività economiche dell'ISTAT:

55.1 Alberghi

55.2 Campeggi ed altri alloggi per brevi soggiorni

63.30.1 Attività delle agenzie di viaggi e turismo compresi tour operators

63.30.2 Attività delle guide e degli accompagnatori turistici

71.1 Noleggio autovetture

71.2 Noleggio di altri mezzi di trasporto terrestri

74.83.1 Organizzazioni di convegni e mostre

92.72.1 Stabilimenti balneari

92.5 Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali

93.04.02 Stabilimenti idropinici e idrotermali

3) Ai fini della verifica della sussistenza dei parametri è necessario che il dato relativo al comune sia superiore o uguale al parametro sopra riportato. Rispetto ai parametri riferiti alla domanda turistica di cui al precedente comma 1, lett. a) è ammessa una tolleranza inferiore pari al 10%.

4) Sono considerate città d'arte le località che possiedono almeno tre dei seguenti requisiti:

- insieme di edifici o di complessi monumentali, riconosciuti di notevole interesse storico e artistico ai sensi della [legge n. 1089 del 1939](#);

- ampia presenza di opere d'arte singole o in collezioni, dichiarate di notevole interesse storico o artistico ai sensi della prodotta [legge n. 1089 del 1939](#), a condizione che siano visibili al pubblico;

- presenza di almeno tre musei, aperti al pubblico per almeno otto mesi l'anno con articolata offerta di mostre e manifestazioni. I musei devono essere almeno di rilievo regionale ed almeno uno di essi dedicato ad argomenti storici, artistici o archeologici;

- presenza di offerta di servizi culturali, quali biblioteche, emeroteche, archivi di Stato, raccolte di documenti, di rilievo provinciale relativi a materie storiche, artistiche o archeologiche;
- presenza di attività culturali quali mostre, convegni, manifestazioni culturali o tradizionali svolte con il patrocinio della Regione, della Provincia o del Comune;
- presenza di una domanda turistica e di una offerta turistica calcolata sulla base dei parametri di cui al precedente comma 1, rapportata alla popolazione della città.

## **Basilicata**

### **Legge regionale 20 luglio 1999 n. 19 (Artt. 9 e 16bis)**

#### **Disciplina del commercio al dettaglio su aree private in sede fissa e su aree pubbliche.**

Publicata nel B.U. Basilicata 23 luglio 1999, n. 42.

#### **Art. 9 Centri storici.**

1. Gli insediamenti commerciali consentiti nei centri storici non devono alterare i caratteri, l'unitarietà morfologica e tipologica, la tipologia architettonica, gli elementi connotativi e le relazioni tra le diverse parti del tessuto urbano meritevole di conservazione.

In particolare in tali ambiti:

- è fatto obbligo ai Comuni, in sede di definizione dei nuovi strumenti urbanistici o nella revisione di quelli vigenti, di individuare gli edifici che possono essere destinati ad attività commerciale e di servizio e di prevedere specifiche disposizioni relative all'arredo urbano e al decoro evitando la eccessiva caratterizzazione commerciale quali insegne di forte impatto e cromatismi estranei al contesto, l'utilizzo dei materiali di finitura e il prontuario della sistemazione dei fronti commerciali per la determinazione degli spazi espositivi esterni;

- il rapporto tra l'insediamento commerciale, gli spazi pubblici circostanti ed il contesto urbano deve essere calibrato in modo tale da preservare le peculiarità identificative del centro stesso.

2. Le norme urbanistiche devono favorire la conservazione e l'insediamento di esercizi di vicinato, capaci di valorizzare particolari percorsi e luoghi tradizionali del commercio, individuando contestualmente idonee misure per favorire l'accessibilità e la fruibilità degli stessi tramite parcheggi, zone pedonali, trasporti pubblici.

3. Nei centri storici la dotazione di aree a parcheggio, per le medie strutture di vendita, è stabilita in misura inferiore del 50% a quanto previsto nel successivo art. 8 e può essere disponibile in un raggio di 200 metri dal perimetro dell'area dell'intervento, fatta salva una diversa distanza stabilita dal Comune. Ai fini del raggiungimento degli standard di parcheggio, possono essere anche utilizzate soluzioni alternative quali convenzioni con parcheggi scambiatori esistenti, multipiano e servizi-navetta. Tali soluzioni sono regolate da apposita convenzione tra il Comune e l'operatore commerciale interessato.

4. Al fine di riqualificare la rete distributiva e rivitalizzare il tessuto economico, sociale e culturale dei centri storici, aree o edifici aventi valore storico, archeologico, artistico e ambientale, i Comuni ricadenti nei parchi nazionali e

regionali, i Comuni turistici e le città d'arte di cui all'allegato 5 alla legge regionale n. 19/1999 e i Comuni compresi al primo e secondo livello di servizio con popolazione superiore a 3.000 abitanti, approvano programmi e progetti di riqualificazione della rete commerciale che prevedano, oltre alla possibilità di adottare norme particolari e vincoli in merito alla localizzazione e alla apertura di esercizi di vendita per rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali, anche:

a) eventuali vincoli in materia merceologica, sulla dimensione e sulla qualità degli esercizi nonché deroghe e facilitazioni in materia di orari, di apertura domenicale e festiva e di vendite straordinarie;

b) iniziative per la valorizzazione dei centri storici, individuando in tale contesto le botteghe storiche e i contenitori esistenti suscettibili di riuso per l'insediamento di nuove attività commerciali, artigianali e di servizio o per il potenziamento di quelle esistenti;

c) azioni di promozione e valorizzazione commerciale da realizzare di concerto con consorzi ed associazioni di via di cui al successivo comma 5), in coerenza con progetti complessivi di marketing e comunicazione intesi ad elevare il grado di interesse culturale e commerciale a favore delle aree interessate;

d) gli interventi sul piano della accessibilità alle aree interessate.

5. I Comuni elaborano i programmi ed i progetti di cui al comma 4) di concerto con le Associazioni del commercio presenti negli organismi provinciali di rappresentanza della CCIAA e maggiormente rappresentative a livello locale, eventuali altri soggetti della rappresentanza sociale, strutture associative di via regolarmente iscritte all'Albo Regionale di cui al successivo comma 6) e soggetti privati interessati.

6. La Regione sostiene le attività delle strutture associative di cui all'art. 12 della presente legge <sup>(12)</sup>, costituite tra operatori commerciali operative anche nell'ambito dei centri storici, operanti in collaborazione con i Centri di Assistenza Tecnica riconosciuti dalla Regione Basilicata, finalizzate alla animazione e alla promozione commerciale e turistica in dette aree; la collaborazione con i Centri di Assistenza Tecnica dovrà essere comprovata da apposito documento sottoscritto tra le parti.

7. Al fine di agevolare la predisposizione dei programmi e progetti di riqualificazione di cui al comma 4), la Regione concede ai Comuni contributi fino al 75% della spesa ammissibile.

8. La Regione con deliberazione della Giunta Regionale, adotta modalità e criteri per la concessione delle agevolazioni alle strutture associative di cui all'art. 12 della presente legge <sup>(13)</sup>, nonché per le agevolazioni di cui al comma 7, a favore dei Comuni.



9. Ai fini della concessione delle agevolazioni di cui all'art. 12 della presente legge <sup>(14)</sup>, la Regione istituisce l'Albo Regionale dei **Centri Commerciali Naturali**, di Via, di Strada; l'Albo è aggiornato con periodicità biennale <sup>(15)</sup>.

(12) Più correttamente il riferimento deve intendersi all'art. 16-bis della presente legge (come sostituito dall'art. 12, L.R. 30 settembre 2008, n. 23).

(13) Più correttamente il riferimento deve intendersi all'art. 16-bis della presente legge (come sostituito dall'art. 12, L.R. 30 settembre 2008, n. 23).

(14) Più correttamente il riferimento deve intendersi all'art. 16-bis della presente legge (come sostituito dall'art. 12, L.R. 30 settembre 2008, n. 23).

(15) Articolo così sostituito dall'art. 6, L.R. 30 settembre 2008, n. 23. Il testo originario era così formulato: «Art. 9. Centri storici. 1. Gli insediamenti commerciali consentiti nei centri storici non devono alterare i caratteri, l'unitarietà morfologica e tipologica, la tipologia architettonica, gli elementi connotativi e le relazioni tra le diverse parti del tessuto meritevole di conservazione. In particolare in tali ambiti:

- deve essere evitata la eccessiva caratterizzazione commerciale quali insegne di forte impatto e cromatismi estranei al contesto.

- il rapporto tra l'insediamento commerciale, gli spazi pubblici circostanti ed il contesto urbano deve essere calibrato in modo tale da preservare le peculiarità identificative del centro stesso.

2. Le norme urbanistiche devono favorire la conservazione e l'insediamento di esercizi di vicinato, capaci di valorizzare particolari percorsi e luoghi tradizionali del commercio, individuando contestualmente idonee misure per favorire l'accessibilità e la fruibilità degli stessi tramite parcheggi, zone pedonali, trasporti pubblici ed arredo urbano.

3. Nei Centri storici la dotazione di aree private a parcheggio, per le medie strutture di vendita, è stabilita in misura inferiore del cinquanta per cento a quanto previsto nel successivo art. 12 e può essere disponibile in un raggio di duecento metri dal perimetro dell'area di intervento, fatta salva una diversa distanza stabilita dal Comune.

4. Nei Centri storici i Comuni sino alla data di approvazione degli strumenti di cui al successivo art. 14, e comunque per un periodo non superiore a 180 giorni, possono sospendere gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato al fine di adeguare destinazioni d'uso e standard urbanistici alle nuove disposizioni.».

### **Art. 16-bis** ***Centri commerciali, naturali, di via, di strada.***

1. Per **Centri Commerciali Naturali**, di Via, di Strada si intendono luoghi *commerciali* complessi e non omogenei, sviluppatosi nel tempo anche senza programmazione unitaria, concepiti come spazi unici ove opera un insieme organizzato di esercizi *commerciali*, esercizi di somministrazione, strutture ricettive, attività artigianali e di servizio, aree mercatali ed eventualmente integrati da aree di sosta e di accoglienza e da sistemi di accessibilità comuni.

2. L'organizzazione funzionale delle strutture associative di cui al comma 1 è definita dai Comuni con Programmi di qualificazione, valorizzando prioritariamente i Centri Storici, sulla base dei seguenti requisiti minimi:

a) associazione anche in forma consortile delle imprese interessate;

b) definizione e realizzazione di attività, iniziative e funzioni coordinate con il metodo della governance cooperativa tra pubblico e privato, anche per il contenimento dei prezzi <sup>(27)</sup>.

---

(27) Articolo aggiunto dall'art. 12, L.R. 30 settembre 2008, n. 23.

Campania

**Legge regionale 19 gennaio 2009 n. 1 (Art. 3)**

Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale della Regione Campania - legge finanziaria anno 2009.

Pubblicata nel B.U. Campania 26 gennaio 2009, n. 5.

**Art. 3**

*Azioni per il monitoraggio ed il contenimento dei prezzi di beni e di servizi di largo consumo.*

1. La Giunta regionale promuove la sottoscrizione di una convenzione con il Garante per la sorveglianza dei prezzi, istituito presso il Ministero dello sviluppo economico dall'[articolo 2, comma 198 della legge 24 dicembre 2007, n. 244](#) (legge finanziaria 2008), per contribuire con la propria organizzazione alle azioni tese al monitoraggio e al contenimento dei prezzi di beni e di servizi di largo consumo nel territorio regionale. La Giunta regionale provvede, in collaborazione con le associazioni dei consumatori, ad una campagna di informazione sulle variazioni dei prezzi di beni e servizi di largo consumo.
2. La Giunta regionale promuove la stipula di convenzioni con i comuni e con le associazioni dei coltivatori diretti e dei grandi e piccoli produttori ortofrutticoli volte a disciplinare l'istituzione nei comuni della Campania di banchi alimentari, da tenersi almeno due volte a settimana, ove sono posti in vendita, a prezzi di particolare favore, i prodotti agricoli campani. Nelle predette convenzioni sono stabilite misure di esonero dal pagamento della Tassa di occupazione degli spazi e delle aree pubbliche (TOSAP) ovvero contributi a carico della Regione per i soggetti suindicati.
3. La Regione, al fine di rilanciare le attività commerciali e riqualificare i centri storici e urbani, promuove sul proprio territorio processi di aggregazione e di valorizzazione delle piccole imprese commerciali e artigianali mediante l'istituzione e il riconoscimento dei **centri commerciali naturali**.
4. La Giunta regionale, entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sentite le associazioni degli enti locali e delle categorie interessate e previo parere della commissione consiliare competente, definisce la disciplina istitutiva dei **centri commerciali naturali**.
5. Alle risorse occorrenti per l'attuazione di quanto previsto dal presente articolo si provvede attraverso il Piano di azione per lo sviluppo economico regionale (PASER).

Emilia-Romagna

**Legge regionale 30 luglio 2015 n. 13 (art. 47)**

Riforma del sistema di Governo regionale e locale e disposizioni su Città metropolitana di Bologna, Province, Comuni e loro Unioni.

Publicata nel B.U. Emilia-Romagna 30 luglio 2015, n. 187.

**Art. 47** *Funzioni della Città metropolitana di Bologna, delle Province e dei Comuni e loro Unioni in materia di commercio e turismo.*

1. In materia di commercio, la Città metropolitana di Bologna e le Province esercitano le funzioni relative a:

a) scelte di pianificazione inerenti le grandi strutture di vendita di rilievo sovracomunale;

b) definizione di proposte ai fini del programma regionale di intervento per la riqualificazione dei **centri commerciali naturali** di cui alla [legge regionale 10 dicembre 1997, n. 41](#) (Interventi nel settore del commercio per la valorizzazione e la qualificazione delle imprese minori della rete distributiva. Abrogazione della [L.R. 7 dicembre 1994, n. 49](#));

c) collaborazione con la Regione ai fini dell'attività dell'Osservatorio regionale del commercio.

2. In materia di turismo, la Città metropolitana di Bologna e le Province esercitano le funzioni relative a:

a) la definizione di proposta dei programmi turistici di promozione locale (PTPL) con i quali vengono stabilite le priorità degli interventi per lo sviluppo delle attività di promozione turistica a carattere locale di cui alla [legge regionale 4 marzo 1998, n. 7](#) (Organizzazione turistica regionale - Interventi per la promozione e commercializzazione turistica - Abrogazione delle [leggi regionali 5 dicembre 1996, n. 47, 20 maggio 1994, n. 22, 25 ottobre 1993, n. 35](#) e parziale abrogazione della [L.R. 9 agosto 1993, n. 28](#));

b) la definizione di proposte ai fini del programma regionale di intervento per la qualificazione degli impianti e delle stazioni sciistiche di cui alla [legge regionale 1° agosto 2002, n. 17](#) (Interventi per la qualificazione delle stazioni invernali e del sistema sciistico della regione Emilia-Romagna);

c) la definizione di proposte ai fini del programma regionale di intervento in materia di porti di cui alla [legge regionale 9 marzo 1983, n. 11](#) (Modificazioni della [legge regionale 27 aprile 1976, n. 19](#), riguardante il sistema portuale dell'Emilia-Romagna).

3. In materia di turismo, la Città metropolitana di Bologna e le Province esercitano inoltre le funzioni di relative a:

a) gestione di attività amministrative connesse PTPL di cui al comma 2, lettera a);

b) raccolta dati relativi alle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere, con particolare riferimento ai dati riguardanti ricettività, attrezzature e servizi;

[c) coordinamento e gestione del servizio di statistica turistica, con particolare riferimento alle rilevazioni statistiche riguardanti la consistenza ricettiva ed il movimento turistico elencati nel piano statistico nazionale (PSN)

e nel programma statistico regionale di cui alla [legge regionale 24 maggio 2004, n. 11](#) (Sviluppo regionale della società dell'informazione); <sup>(10)</sup>]

d) riconoscimento della qualifica di Ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica o di Ufficio di Informazione Turistica e l'attività di vigilanza e controllo;

e) rilascio dell'attestato di idoneità e del tesserino di riconoscimento per le professioni turistiche di accompagnamento, nonché sospensione e revoca dell'attestato medesimo;

f) tenuta degli elenchi degli abilitati all'esercizio delle diverse professioni turistiche.

4. In materia di turismo, ai Comuni e alle Unioni di Comuni costituite negli ambiti territoriali, secondo quanto previsto dalla [legge regionale n. 21 del 2012](#), sono attribuite le seguenti funzioni:

a) l'attività di vigilanza, controllo e sanzionatoria sulle agenzie di viaggio e turismo;

b) l'affidamento agli Uffici di informazione e accoglienza turistica del servizio di prenotazione turistica in ingresso per il territorio regionale, ai sensi della [legge regionale n. 7 del 1998](#).

---

(10) Lettera abrogata dall'[art. 21, comma 1, L.R. 29 dicembre 2015, n. 22](#), a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'[art. 25, comma 1, della medesima legge](#)).

Emilia-Romagna

**Legge regionale 10 dicembre 1997 n. 41 (Artt. 3 e 10bis)**

Interventi nel settore del commercio per la valorizzazione e la qualificazione delle imprese minori della rete distributiva. Abrogazione della L.R. 7 dicembre 1994, n. 49.

Publicata nel B.U. Emilia-Romagna 12 dicembre 1997, n. 122.

**Art. 3**

*Iniziative finanziabili.*

1. La Regione concorre allo sviluppo di cooperative di garanzia e di consorzi fidi e di credito mediante:

a) la concessione di contributi destinati alla formazione o alla integrazione dei fondi rischi e del patrimonio di garanzia al fine di fornire ai propri soci garanzie per l'accesso al sistema creditizio;

b) il conferimento di contributi finalizzati alla concessione da parte dei medesimi, di contributi in conto interessi attualizzati riguardanti i finanziamenti assistiti dalle garanzie di cui alla lett. a).

2. I consorzi e le cooperative di cui al comma 1 sono costituiti da esercenti il commercio all'ingrosso, al dettaglio, su aree pubbliche, la somministrazione di alimenti e bevande e altri operatori dei settori commercio, turismo e servizi, nonché di altri settori economici <sup>(7)</sup>.

3. La Regione concede altresì contributi per:

a) la redazione di progetti relativi alla riqualificazione e alla valorizzazione commerciale di vie, aree o piazze, ovvero dei *centri* storici, con priorità alle zone pedonalizzate, a traffico limitato, e ad aree *commerciali* di pregio con particolare riferimento ai progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane <sup>(8)</sup>;

b) la realizzazione delle iniziative di cui alla lett. a) che possono ricomprendere anche opere di riqualificazione dei punti di vendita all'interno delle aree e di arredo urbano delle aree medesime.

Dette iniziative devono essere promosse sulla base della concertazione tra soggetti pubblici e privati, singoli e associati, e devono consistere in un insieme sistematico e coordinato di interventi che concorrono alla valorizzazione commerciale delle aree prescelte;

c) la sistemazione e la riqualificazione di aree mercatali;

d) la realizzazione dell'assistenza tecnica, della progettazione, della innovazione tecnologica e organizzativa;

e) la promozione e la diffusione presso le imprese, di metodologie per l'adeguamento della qualità aziendale complessiva agli standard richiesti dalla normativa italiana e comunitaria, cogente o volontaria;

f) la realizzazione di progetti aziendali per l'attuazione di sistemi di qualità per la fornitura e realizzazione di servizi e prodotti, in conformità alla normativa nazionale e comunitaria;

g) la certificazione di sistemi di qualità per imprese del commercio e dei servizi;

h) progetti riguardanti l'insediamento e lo sviluppo di esercizi commerciali polifunzionali <sup>(9)</sup>;

i) misure per lo sviluppo del commercio elettronico <sup>(10)</sup>;

i-bis) la realizzazione di programmi di intervento per la promozione e la attivazione di "**Centri commerciali naturali**", intesi come centri urbanizzati a vocazione commerciale, volti alla rigenerazione e al rinnovo commerciale di aree urbane centrali, di aree periferiche, di centri urbani minori e di frazioni finalizzati ad attivare processi di rilancio socio-economico dell'area attraverso opere di miglioramento del contesto fisico e di formazione di partnership pubblico-privato per la promozione dell'area oggetto di intervento <sup>(11)</sup>.

---

(7) Comma così sostituito dall'art. 5, comma 1, L.R. 29 dicembre 2015, n. 22, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 25, comma 1, della medesima legge). Il testo precedente era così formulato: «2. I consorzi e le cooperative di cui al comma 1 sono costituiti fra esercenti il commercio all'ingrosso, al dettaglio, su aree pubbliche, la somministrazione di alimenti e bevande e altri operatori dei settori commercio, turismo e servizi.»

(8) Lettera così modificata dall'art. 18, comma 3, L.R. 5 luglio 1999, n. 14.

(9) Lettera aggiunta dall'art. 18, comma 4, L.R. 5 luglio 1999, n. 14.

(10) Lettera aggiunta dall'art. 18, comma 4, L.R. 5 luglio 1999, n. 14.

(11) Lettera aggiunta dall'art. 36, comma 1, L.R. 22 dicembre 2005, n. 20, a decorrere dal 1° gennaio 2006 (come prevede l'art. 43 della stessa legge).

### **Art. 10-bis**

#### *Programmi di intervento locali per la promozione e la attivazione di "**Centri commerciali naturali**".*

1. I contributi di cui all'articolo 3, comma 3, lettera i-bis) sono concessi per programmi di intervento locali per la promozione e la attivazione di "**Centri commerciali naturali**" presentati dai Comuni per attivare processi di rigenerazione e rinnovo commerciale.

2. Le procedure per la formazione dei programmi nonché i contenuti della convenzione che regola i rapporti fra i soggetti pubblici e i soggetti privati, che partecipano in forma associata, sono definiti dalla Giunta regionale.

3. Il Comune destinatario dei contributi regionali si impegna a finanziare con risorse proprie parte del progetto riguardante le opere realizzate dai soggetti privati in forma associata. La percentuale minima di tale contributo viene fissata, esclusivamente in relazione agli interventi ammessi al contributo regionale, nell'atto della Giunta di cui al comma 2.

4. I programmi di intervento sono approvati dalla Giunta regionale <sup>(28)</sup>.

---

(28) Articolo aggiunto dall'*art. 36, comma 3, L.R. 22 dicembre 2005, n. 20*, a decorrere dal 1° gennaio 2006 (come prevede l'art. 43 della stessa legge).



Friuli-Venezia Giulia

**Legge regionale 5 dicembre 2005 n. 29 (Artt. 85bis e 100)**

Normativa organica in materia di attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande. Modifica alla legge regionale 16 gennaio 2002, n. 2 «Disciplina organica del turismo».

Pubblicata nel B.U. Friuli-Venezia Giulia 7 dicembre 2005, n. 49, suppl. straord. 9 dicembre 2005, n. 25.

**Capo I-bis - Centri commerciali naturali <sup>(220)</sup>**

**Art. 85-bis**  
**Centri commerciali naturali <sup>(221)</sup>.**

1. Per centro commerciale naturale si intende un insieme di attività commerciali, artigianali e di servizi, localizzato in una zona determinata del territorio comunale in cui le funzioni distributive rivestono un ruolo significativo per tradizione, vocazione o potenzialità di sviluppo, finalizzato al recupero, promozione e valorizzazione delle attività economiche, in particolare delle produzioni locali, al miglioramento della vivibilità del territorio e dei servizi ai cittadini e ai non residenti.

2. I **centri commerciali naturali** sono costituiti in forma di, società di capitali, società consortili e associazioni con finalità commerciali e perseguono gli scopi di cui al comma 1 mediante iniziative di qualificazione e innovazione dell'offerta commerciale, di sviluppo della promozione commerciale, di acquisizione di servizi innovativi di supporto alle attività delle imprese aderenti ed eventi di animazione territoriale.

3. Ai **centri commerciali naturali** possono aderire, in qualità di soggetti interessati, le associazioni di categoria, la Camera di commercio e il Comune competenti per territorio e altri enti e associazioni che si prefiggano lo scopo di valorizzare il territorio.

4. Al fine di sostenere le attività di cui al presente articolo, i **centri commerciali naturali** possono accedere ai contributi di cui all'articolo 100.

---

(220) Il presente Capo, unitamente all'articolo che lo compone (articolo 85-bis), è stato aggiunto dall'art. 9, comma 1, L.R. 8 aprile 2016, n. 4, a decorrere dal 13 aprile 2016 (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 76, comma 1 della medesima legge).

(221) Il Capo I-bis, unitamente al presente articolo che lo compone, è stato aggiunto dall'art. 9, comma 1, L.R. 8 aprile 2016, n. 4, a decorrere dal 13 aprile 2016 (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 76, comma 1 della medesima legge).

**Art. 100**

*Contributi per lo sviluppo delle micro, piccole e medie imprese commerciali, turistiche e di servizio* <sup>(267)</sup>.

1. Al fine di promuovere e sostenere le micro, piccole e medie imprese commerciali, turistiche e di servizio, anche associate tra loro, i consorzi di imprese, nonché i **centri commerciali naturali** e di concorrere in particolare alla riqualificazione delle attività del terziario nei centri urbani, l'Amministrazione regionale è autorizzata a concedere incentivi per:

a) lavori di ammodernamento, ampliamento, ristrutturazione e straordinaria manutenzione nonché acquisto di arredi, attrezzature e strumentazioni nuove, comprese quelle necessarie per i pagamenti tramite moneta elettronica e per il commercio elettronico, e di sistemi di videosorveglianza e sicurezza innovativi, nonché per l'accrescimento dell'efficienza energetica;

b) adeguamento di strutture e impianti alle normative in materia di prevenzione incendi, prevenzione infortuni, igiene e sicurezza sul lavoro, antinquinamento;

c) acquisizione di strumenti, programmi e servizi per la creazione e per la diffusione e la promozione del commercio elettronico;

d) consulenze concernenti l'innovazione, la qualità e le analisi di fattibilità e consulenza economico finanziaria per la realizzazione di nuove iniziative economiche;

e) partecipazione a mostre, fiere, esposizioni e manifestazioni commerciali nazionali ed estere e attività di promozione;

f) investimenti per corsi di formazione, al netto delle eventuali spese di trasferta, del personale destinato alla gestione, manutenzione, controllo dei siti orientati al commercio elettronico;

g) acquisto di automezzi e macchine per la movimentazione delle merci;

h) contributi integrativi per il pagamento dei canoni di locazione dovuti ai proprietari degli immobili, di proprietà sia pubblica sia privata;

i) oneri relativi alla pianificazione finanziaria aziendale e accesso ai finanziamenti delle microimprese;

j) successione d'impresa tra l'imprenditore della microimpresa e un socio, parente o affine entro il terzo grado, collaboratore familiare o dipendente da almeno due anni al momento della successione.

2. Le iniziative di cui al comma 1, lettere da a) a h), sono incentivate nella misura massima del 50 per cento della spesa ammissibile.

3. Le iniziative di cui al comma 1, lettera a), poste in essere da imprese esercenti l'attività di rivendita di generi di monopolio sono incentivate nella misura massima del 65 per cento della spesa ammissibile.
4. Le iniziative di cui al comma 1, lettere i) e j), sono incentivate nella misura massima dell'80 per cento della spesa ammissibile. Nell'ambito dell'iniziativa di cui al comma 1, lettera j), sono ammissibili anche le spese per l'ottenimento di garanzie ovvero per il pagamento degli oneri finanziari in relazione a operazioni bancarie destinate al finanziamento dell'attività aziendale.
5. Le funzioni amministrative concernenti la concessione degli incentivi di cui al comma 1 sono delegate al CATT FVG ai sensi dell'articolo 84-bis, comma 1, lettera a).
6. Gli incentivi di cui al comma 1 sono concessi in applicazione del [regolamento \(UE\) n. 1407/2013](#) della Commissione, del 18 dicembre 2013, relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea agli aiuti "de minimis", pubblicato in GUUE serie L n. 352 del 24 dicembre 2013.
7. Nel regolamento di esecuzione relativo al presente articolo possono essere anche previste premialità o priorità per i programmi d'investimento presentati dalle imprese per le quali i soggetti di cui all'articolo 71, comma 6-bis, del [decreto legislativo 59/2010](#) risultano aver partecipato ai corsi formativi attestati nel libretto di cui all'articolo 8, comma 3, nonché possono essere individuate le aree territoriali in cui possono essere assegnati i contributi di cui al comma 1, lettera h).

---

(267) Articolo dapprima modificato dall'[art. 7, comma 98, L.R. 23 gennaio 2007, n. 1](#), a decorrere dal 1° gennaio 2007 (come prevede l'[art. 10, comma 1, della stessa legge](#)) e poi così sostituito dall'[art. 10, comma 1, L.R. 8 aprile 2016, n. 4](#), a decorrere dal 13 aprile 2016 (ai sensi di quanto stabilito dall'[art. 76, comma 1 della medesima legge](#)) e con effetto dal 1° gennaio 2017 (ai sensi di quanto stabilito dall'[art. 13, comma 1 della stessa legge](#)). Il testo precedente era così formulato: «Art. 100. Contributi per lo sviluppo del commercio elettronico, la certificazione di qualità, l'ammodernamento di immobili e impianti, l'acquisto di beni strumentali e l'introduzione di sistemi di sicurezza .1. Le micro, piccole e medie imprese commerciali, turistiche e di servizio, anche associate tra loro, inclusi i consorzi di aziende, possono ottenere contributi in conto capitale nella misura massima del 50 per cento della spesa ammissibile per l'effettuazione di programmi d'intervento riguardanti:

- a) investimenti in hardware e software per la creazione di siti web orientati al commercio elettronico;
- b) investimenti per l'acquisto di hardware per la creazione di un servizio di providing o hosting a supporto del commercio elettronico;
- c) investimenti in hardware e tecnologie rivolti al miglioramento dei sistemi di sicurezza della connessione alla rete Internet;
- d) investimenti per la costituzione di Secure payment system attraverso convenzioni con istituti bancari o gestori di carte di credito o di debito;
- e) investimenti per la promozione del sito di commercio elettronico (shop-site);
- f) investimenti per corsi di formazione, al netto delle eventuali spese di trasferta, del personale destinato alla gestione, manutenzione, controllo dei siti orientati al commercio elettronico;

- g) investimenti per la creazione di software prodotti interamente sul territorio regionale e finalizzati alla gestione del commercio elettronico;
  - h) interventi relativi all'introduzione dell'HACCP e alle procedure di rintracciabilità nelle aziende alimentari e di somministrazione di alimenti e bevande;
  - i) introduzione dei sistemi di qualità;
  - j) collegamento con i sistemi regionali di teleinformazione e teleprenotazione regionali;
  - j-bis) interventi di ammodernamento e adeguamento di immobili aziendali alle vigenti normative in materia di sicurezza;
  - k) acquisto di beni mobili, quali automezzi, macchine per la movimentazione delle merci, attrezzature, macchine d'ufficio e arredi;
  - l) introduzione di sistemi di sicurezza per contrastare gli atti criminosi, quali impianti di allarme, blindature, porte e rafforzamento serrature, installazione di telecamere antirapina e sistemi antifurto e antitaccheggio, vetri antisfondamento e antiproiettile, acquisto casseforti, nonché interventi similari; per tali investimenti il limite minimo di spesa ammissibile è ridotto a 1.500 euro.
2. I contributi non possono essere concessi in presenza di situazioni aziendali compromesse.
3. La destinazione dei beni per cui i contributi sono stati erogati deve essere mantenuta per almeno un biennio dalla data di erogazione del saldo.
4. Nel caso di cessione dell'azienda, o di un ramo della stessa al quale siano riferibili gli investimenti finanziati prima della scadenza del biennio di persistenza, i benefici possono essere confermati all'impresa subentrante qualora la stessa sia in possesso dei requisiti soggettivi e oggettivi richiesti per l'erogazione del contributo.».

Marche

**Legge regionale 10 novembre 2009 n. 27 (Art. 83)**

Testo Unico in materia di Commercio.

Pubblicata nel B.U. Marche 13 novembre 2009, n. 106.

**TITOLO V** <sup>(183)</sup>

**Interventi finanziari per il commercio**

**Art. 83**

*Interventi finanziabili.*

1. La Regione concede contributi per:

a) la realizzazione di progetti relativi alla riqualificazione e alla valorizzazione commerciale di vie, aree o piazze, con particolare riguardo ai centri storici, zone pedonalizzate e a traffico limitato;

b) la sistemazione e la riqualificazione di aree destinate ai mercati;

c) la realizzazione dell'assistenza tecnica, della progettazione, dell'innovazione tecnologica ed organizzativa;

d) la realizzazione di programmi di intervento per la promozione e l'attivazione di "**Centri commerciali naturali**", intesi come centri urbanizzati a vocazione commerciale, volti alla rigenerazione e al rinnovo commerciale attraverso la formazione di partnership pubblico-privato;

e) la promozione delle produzioni tipiche, di qualità e di eccellenza delle Marche;

f) la promozione e la diffusione presso le imprese, di metodologie per l'adeguamento della qualità aziendale complessiva agli standard richiesti dalla normativa statale e comunitaria;

g) la realizzazione di progetti aziendali per l'attuazione di sistemi di qualità per la fornitura e la realizzazione di servizi e prodotti, in conformità alla normativa nazionale e comunitaria;

h) la certificazione di sistemi di qualità per imprese del commercio e dei servizi;

i) progetti riguardanti l'insediamento e lo sviluppo di esercizi commerciali polifunzionali;

l) misure per lo sviluppo del commercio elettronico, del commercio equo e solidale e per l'abbattimento delle barriere architettoniche;

m) lo sviluppo di cooperative di garanzia e di consorzi fidi e di credito mediante l' integrazione dei fondi rischi e del patrimonio di garanzia, nonché per l'installazione di attrezzature elettroniche e meccanografiche;

n) la promozione e l'incentivazione di misure concrete per garantire una maggiore sicurezza alle imprese commerciali che all'interno dei loro luoghi di lavoro svolgono attività sottoposte al rischio criminalità.

2. La Regione concede, altresì, contributi ai Comuni per la costituzione di un fondo da destinare alle attività commerciali ed eventualmente anche alle attività artigianali e di servizio, per i danni subiti a causa dell'esecuzione dei lavori pubblici.

---

(183) Vedi, al riguardo, quanto previsto dalla [Delib.G.R. 18 luglio 2011, n. 1022](#).

Molise

### **Legge regionale 27 settembre 1999 n. 33 (Art. 8)**

Disciplina regionale del commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante: «Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4 della legge 18 marzo 1997, n. 59».

Pubblicata nel B.U. Molise 1° ottobre 1999, n. 18.

#### **Art. 8**

*Attività commerciali, artigianali e di somministrazione nei centri storici e centri commerciali naturali <sup>(6)</sup>.*

1. I Comuni, nell'adeguare i propri strumenti urbanistici ai sensi dell'articolo 3, prevedono e favoriscono la concentrazione nei centri storici degli esercizi di vicinato e di attività artigianali, di produzione e di servizio, riflettenti le tradizioni e la cultura locale.

2. È individuata come centro storico l'area definita ai sensi della lettera A) dell'*articolo 2 del D.M. 2 aprile 1968, n. 1444*.

3. Ai fini di cui al comma 1, i Comuni con popolazione residente pari o superiore a 3.000 abitanti:

a) prevedono adeguate opere di urbanizzazione e misure concernenti la realizzazione di parcheggi nelle aree prossime al centro storico;

b) predispongono soluzioni di mobilità atte a facilitare l'accesso e la circolazione pedonale;

c) individuano nel centro storico aree da destinare a mostre mercato di prodotti artistici, artigianali e di interesse culturale, collezionistico e amatoriale, di fiori, piante ed altri;

d) possono individuare nel centro storico aree nelle quali non è consentito l'insediamento di medie strutture di vendita;

e) predispongono interventi di arredo urbano atti a promuovere l'area del centro antico quale luogo di incontro e di aggregazione sociale;

f) stabiliscono la quota del contributo del costo di costruzione avendo particolare riguardo alle finalità di cui al comma 1;

4. Gli interventi previsti al comma 3 sono facoltativi per i Comuni aventi popolazione residente inferiore a 3.000 abitanti.

5. Gli interventi che i Comuni predispongono in attuazione del comma 3, possono essere finanziati dalla Regione fino alla misura del 40 per cento della spesa <sup>(7)</sup>.
6. La Giunta regionale adotta, sulla base dei criteri e modalità predeterminati con proprio atto, un piano di assegnazione dei contributi previsti al comma 5.
7. La Regione favorisce la costituzione e lo sviluppo dei **centri commerciali naturali**, di cui al comma 8, costituiti nella forma di società consortile.
8. Per "centro commerciale naturale" si intende un sistema di esercizi coordinati ed integrati tra loro per una comune politica di sviluppo e promozione di un territorio determinato e delle attività economiche in esso allocate.
9. Ai fini di cui al comma 7, la Regione finanzia i progetti elaborati dai centri commerciali naturali che siano oggetto di apposita intesa con il comune territorialmente competente ed eventualmente con le associazioni di categoria, le associazioni dei consumatori ed altri soggetti pubblici e privati. Alla Regione è riservato il controllo sulla spesa finanziata.
10. La Giunta regionale stabilisce con proprio atto gli obiettivi, i criteri e le modalità per la presentazione dei progetti di cui al comma 9 e individua nello stesso le spese ammissibili, l'intensità di agevolazione concedibile e le modalità di rendicontazione, sentite le associazioni dei commercianti e dei consumatori.
11. I provvedimenti della Giunta regionale che disciplinano i finanziamenti di cui ai commi 9 e 10 sono soggetti alle procedure di verifica di compatibilità ai sensi degli articoli 87 e 88 del Trattato istitutivo della Comunità europea.

---

(6) Articolo così sostituito dall'*art. 3, L.R. 23 novembre 2010, n. 20*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 17 della stessa legge), poi così modificato come indicato nella nota che segue. Vedi anche, per le norme transitorie, l'art. 15, comma 1, della medesima legge. Il testo originario era così formulato: «Art. 8. Attività commerciali e artigianali nei centri storici. 1. Per ali effetti di quanto previsto dall'*articolo 6, comma 3, lettera c) del decreto legislativo n. 114/1998*, i comuni, nell'adeguare i propri strumenti urbanistici ai sensi dell'articolo 3, favoriscono la concentrazione nei centri storici degli esercizi di vicinato e di attività artigianali, di produzione e di servizio, riflettenti le tradizioni e la cultura locale.

2. È individuata come centro storico l'area definita ai sensi della lettera A) dell'articolo 2 del decreto interministeriale 2 aprile 1968, n. 1444.

3. Ai fini di cui al comma 1, i comuni:

- a) prevedono adeguate opere di urbanizzazione nonché misure concernenti la realizzazione di parcheggi nelle aree prossime al centro storico;
- b) predispongono soluzioni di mobilità atte a facilitare l'accesso e la circolazione pedonale;
- c) individuano nel centro storico aree da destinare a mostre mercato di prodotti artistici, artigianali e di interesse culturale, collezionistico e amatoriale e di fiori e piante;
- d) individuano nel centro storico aree nelle quali non è consentito l'insediamento di medie strutture di vendita;



e) predispongono interventi di arredo urbano atti a promuovere l'area del centro antico quale luogo di incontro e di aggregazione sociale;

f) stabiliscono la quota del contributo del costo di costruzione avendo particolare riguardo alle finalità del presente articolo.

4. Gli interventi che i comuni predispongono in attuazione delle previsioni dagli stessi adottate ai sensi dei commi 1 e 2 sono finanziati dalla Regione nella misura del 40% della spesa massima ammissibile di lire 200 milioni per i comuni con popolazione superiore a 5.000 abitanti e di lire 100 milioni per i comuni con popolazione pari o inferiore a 5.000 abitanti.

5. Per ciascuno degli anni 2000, 2001 e 2002, la Giunta regionale adotta un piano di assegnazione dei contributi previsti al comma 4 sulla base dei criteri di priorità predeterminati dal Consiglio regionale, delle domande pervenute dai comuni e previo parere di una apposita commissione tecnica composta da due dirigenti regionali ed un esperto esterno in urbanistica.

6. I comuni possono esonerare gli esercizi di vicinato ubicati nel centro storico dall'obbligo di chiusura domenicale, festiva, infrasettimanale e notturna e possono regolamentare in maniera più ampia gli orari di vendita in deroga alle disposizioni generali.

7. Per il periodo di due anni dall'entrata in vigore della presente legge, i comuni possono sospendere o inibire gli effetti della comunicazione di apertura degli esercizi di vicinato nel centro storico per evitare pregiudizio alla realizzazione di programmi di qualificazione urbanistico - commerciale, finalizzati ad infrastrutture e servizi, già adottati in relazione o nell'ambito dell'adeguamento degli strumenti urbanistici di cui all'articolo 3, o comunque vigenti.».

(7) Comma così modificato dall'*art. 35, comma 1, lettera a), L.R. 26 gennaio 2012, n. 2*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (ai sensi di quanto stabilito dall'art. 81 della stessa legge).

Sardegna

**Legge regionale 18 maggio 2006 n. 5 (Artt. 1, 8, 36, 37, 38)**

Disciplina generale delle attività commerciali.

Pubblicata nel B.U. Sardegna 23 maggio 2006, n. 16.

**TITOLO I**

**Disposizioni generali e definizioni**

**Art. 1**

*Principi generali e finalità.*

1. La presente legge disciplina l'esercizio dell'attività commerciale nel territorio della Sardegna in armonia con i principi comunitari e costituzionali.

2. Ai fini della presente legge il commercio comprende: il commercio all'ingrosso, il commercio al dettaglio su aree private e su aree pubbliche, la somministrazione di alimenti e bevande.

3. La presente legge persegue le seguenti finalità:

a) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;

b) la tutela del consumatore;

c) il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle microimprese, delle piccole e medie imprese e delle loro iniziative associate;

d) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali e montane con particolare attenzione alle funzioni del commercio per la valorizzazione della qualità sociale delle città e dei territori;

e) favorire l'associazionismo tra le micro, piccole e medie imprese;

f) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che integrino e valorizzino la qualità delle città, dei piccoli comuni e la loro rivitalizzazione, la riqualificazione e il riuso di aree urbane, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, nonché evitare lo spopolamento dei piccoli comuni e mantenere un'offerta adeguata;

g) favorire la nascita di **centri commerciali naturali**, intesi come insieme di attività commerciali, artigianali e di servizi, di cui all'articolo 36, che svolgono attività integrate secondo un indirizzo comune e sono individuati giuridicamente nelle forme del consorzio o dell'associazione; possono aderire

alla formazione dei **centri commerciali naturali** il comune, gli enti pubblici e privati e le associazioni di categoria; il centro commerciale naturale ha la finalità di valorizzare e riqualificare il commercio nelle aree urbane in armonia con il contesto culturale, sociale, architettonico, con particolare riferimento al rilancio economico-sociale dei centri storici;

h) per l'emanazione degli atti attuativi della presente legge la previa consultazione delle parti sociali: associazioni dei consumatori, delle imprese, delle amministrazioni locali e delle organizzazioni sindacali dei lavoratori;

i) la valorizzazione del lavoro in tutte le sue forme e lo sviluppo qualificato delle attività imprenditoriali con particolare riguardo all'aggiornamento professionale degli operatori;

l) la promozione e lo sviluppo della concertazione come metodo di relazione e di collaborazione tra gli enti locali, le associazioni di categoria, le organizzazioni sindacali e le associazioni dei consumatori.

4. La Regione, nel perseguimento dei suddetti obiettivi, adotta politiche attive a favore del commercio, con utilizzo di risorse proprie da definirsi con successiva legge regionale, anche attraverso l'azione dei consorzi fidi e di garanzia, nonché di fondi statali e comunitari. Gli interventi concorrono al mantenimento ed allo sviluppo della rete commerciale con particolare attenzione alle piccole e medie imprese ubicate nei centri minori, nelle zone rurali e di montagna, nei centri storici, con il finanziamento di progetti finalizzati a:

a) creare una rete distributiva tradizionale nei centri storici e nei quartieri del centro urbano caratterizzati da fenomeni di desertificazione commerciale;

b) fornire servizi di supporto all'attività commerciale funzionali alle esigenze conseguenti alla particolare localizzazione degli esercizi;

c) migliorare la capacità di attrazione delle aree interessate e la loro accessibilità;

d) armonizzare le attività commerciali con la fornitura di servizi pubblici di ogni genere;

e) realizzare un qualificato livello di animazione economica, sociale e culturale.

## **Art. 8**

### *Programmazione urbanistico-commerciale.*

1. La Giunta regionale adotta, su proposta degli Assessori regionali competenti in materia di commercio e di urbanistica, i criteri di urbanistica commerciale sulla base dei seguenti principi:

a) favorire un equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, nel rispetto dei principi di cui all'articolo 1;

b) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva dei centri urbani, nelle zone interne, rurali e montane, con particolare riguardo ai centri minori;

c) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che integrino e valorizzino la qualità dei comuni, la rivitalizzazione dei centri urbani, la riqualificazione ed il riuso di aree urbane sottoutilizzate, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, anche attraverso l'integrazione fra attività commerciali, artigianali, pubblici esercizi e attività ricreative;

d) favorire lo sviluppo del commercio nelle aree di valore storico, archeologico, ambientale e turistico;

e) individuare linee generali per favorire lo sviluppo dei **centri commerciali naturali**;

f) promuovere progetti di riqualificazione commerciale di aree urbane colpite da processi di spopolamento.

2. I comuni, sulla base dei provvedimenti regionali di cui al comma 1 e nei limiti di discrezionalità da essi concessi, adottano il proprio programma di urbanistica commerciale. La mancata adozione di atti comunali non costituisce motivo di sospensione o rigetto delle istanze relative a: nuove aperture, variazione del settore merceologico, trasferimenti o ampliamenti di esercizi commerciali.

3. Fino all'adozione degli atti comunali, nonché in caso di adozione contrastante con i criteri regionali, hanno applicazione integrale ed immediata i criteri stabiliti con le deliberazioni della Giunta regionale, comprese quelle di cui all'articolo 19. Gli uffici comunali provvedono alla valutazione delle domande sulla base della corrispondenza dell'istanza ai criteri regionali.

4. Per i procedimenti di cui al presente articolo sono sentite le organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio maggiormente rappresentative sul piano regionale e dei sindacati dei lavoratori.

## **TITOLO IV**

### **Incentivi a favore dei *centri commerciali naturali***

#### **Art. 36**

#### *Incentivi* <sup>(33)</sup>.

1. Al fine di rivitalizzare i centri urbani e promuovere la qualificazione dell'offerta e la migliore accoglienza dell'utenza, ai **centri commerciali naturali** sono concessi, nei limiti degli stanziamenti iscritti in bilancio,

contributi fino al 70 per cento delle spese ritenute ammissibili per la realizzazione di programmi annuali di promozione <sup>(34)</sup>.

2. Le agevolazioni di cui al comma 1 non possono comunque eccedere l'importo consentito dalle norme comunitarie sugli aiuti di cui al *Regolamento (CE) n. 69/2001* della Commissione del 12 gennaio 2001 relativo all'applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato CE agli aiuti d'importanza minore ("de minimis").

3. La Giunta regionale, su proposta dell'Assessorato competente in materia di commercio, adotta, entro quindici giorni dall'entrata in vigore della presente legge e previo parere della competente Commissione consiliare da esprimersi entro venti giorni dall'avvenuta comunicazione, apposite direttive al fine di disciplinare le tipologie di spesa ammissibili per l'attuazione del programma di cui al comma 1.

4. Il programma annuale di spesa è approvato, sulla base delle domande presentate, dalla Giunta regionale su proposta dell'Assessore competente in materia di commercio, entro trenta giorni dall'entrata in vigore della legge di bilancio.

5. Dopo l'*articolo 8 della legge regionale 21 maggio 2002, n. 9* (Agevolazioni contributive alle imprese nel comparto del commercio), è inserito il seguente:

«Art. 8-bis

Valorizzazione dei centri urbani.

1. Nell'ambito della disciplina comunitaria "de minimis" sono finanziate la costituzione e le iniziative dei **centri commerciali naturali** - di cui al comma 8 dell'*articolo 1 della legge regionale 25 febbraio 2005, n. 5* - tese alla valorizzazione dei centri urbani.».

6. Le spese previste per l'attuazione del comma 1 sono valutate in euro 1.000.000 annui (UPB S07.046).

---

(33) Vedi, anche, la Det. 17 dicembre 2007, n. 22733/2403.

(34) Comma così modificato dall'*art. 11, L.R. 6 dicembre 2006, n. 17*.

### **Art. 37**

*Priorità per le agevolazioni* <sup>(35)</sup>.

1. In ordine ai criteri per la concessione dei contributi previsti dal comma 3 dell'*articolo 8 della legge regionale n. 9 del 2002*, hanno diritto di priorità le piccole e medie imprese inserite nei **centri commerciali naturali** di cui all'articolo 1 <sup>(36)</sup>.

2. Le imprese artigiane, comprese quelle che aprono punti di assistenza, che fanno parte del centro commerciale naturale, compatibili secondo le normative vigenti con l'insediamento nelle zone urbane, hanno diritto di priorità per le agevolazioni previste dalla normativa regionale di settore.

---

(35) Vedi, anche, la Det. 17 dicembre 2007, n. 22733/2403.

(36) Comma così modificato dall'*art. 12, L.R. 6 dicembre 2006, n. 17*.

### **Art. 38**

#### *Interventi a favore dei comuni.*

1. Per l'anno 2006, a valere sulla misura 5.1 (Politiche per le aree urbane) del Complemento di programmazione 2000/2006, una quota non inferiore al 20 per cento dello stanziamento è riservata ai comuni per la realizzazione di progetti di riqualificazione urbana dei siti in cui insistono i **centri commerciali naturali** di cui al presente titolo.

2. Hanno priorità i comuni che, d'intesa con i titolari dei **centri commerciali naturali**, prevedano, nei progetti di riqualificazione, opere di supporto agli stessi.

3. Le spese previste per l'attuazione del presente articolo sono valutate in euro 15.000.000.

4. L'attuazione del presente articolo è subordinata alla conseguente modifica del Complemento di programmazione 2000-2006.

Sicilia

**Legge regionale 2 agosto 2013 n. 11 (art. 1)**

Norme per il riconoscimento dell'albergo diffuso in Sicilia.  
Pubblicata nella Gazz. Uff. Reg. sic. 9 agosto 2013, n. 37, S.O. n. 22.

**Art. 1 Finalità.**

1. Fermo restando quanto previsto dalla [legge regionale 6 aprile 1996, n. 27](#), la Regione nell'ottica della diffusione del turismo sostenibile riconosce e regola, come forma complementare e di supporto per lo sviluppo turistico, l'albergo diffuso al fine di raggiungere i seguenti obiettivi:

- a) destagionalizzare e arricchire l'offerta turistica;
- b) recuperare il patrimonio edilizio dei centri storici e dei borghi nonché ridurre il consumo del territorio;
- c) incentivare l'economia dei centri storici e dei borghi nonché valorizzare i **centri commerciali naturali** definiti dall'[articolo 9 della legge regionale 15 settembre 2005, n. 10](#);
- d) dare un nuovo slancio produttivo alle antiche maestranze;
- e) evitare lo spopolamento dei piccoli comuni lontani dai circuiti turistici tradizionali nonché offrire nuove opportunità occupazionali.

Sicilia

**Legge regionale 15 settembre 2005 n. 10 (Art. 9)**

Norme per lo sviluppo turistico della Sicilia e norme finanziarie urgenti.

Pubblicata sulla Gazz. Uff. Reg. sic. 16 settembre 2005, n. 39.

**Art. 9**

***Centri commerciali naturali*** <sup>(9)</sup>.

1. Al fine di migliorare la fruibilità turistica nel territorio siciliano ed in particolare per promuovere l'immagine e l'accessibilità dei centri storici e negli ambiti urbani a vocazione turistica, su proposta del sindaco del comune interessato, l'Assessore regionale per la cooperazione, il commercio, l'artigianato e la pesca promuove tramite i comuni la costituzione e l'attività dei ***centri commerciali naturali*** <sup>(10)</sup> <sup>(11)</sup>.

2. Si definisce centro commerciale naturale l'insieme di attività terziarie private e imprese artigiane in forma di consorzi di piccole e medie imprese fra loro vicine e comunque ricadenti in un ambito urbano definito che, sotto forma di comitato promotore o associazione o ente o consorzio, agendo in rete come soggetto di un'offerta commerciale integrata ha lo scopo di <sup>(12)</sup>:

a) riqualificare l'immagine e migliorare la vivibilità urbana negli spazi in cui opera;

b) accrescere le capacità attrattive delle attività che ne fanno parte;

c) migliorare il servizio offerto ai consumatori ed ai turisti.

3. I centri commerciali naturali possono ricevere incentivi, sia economici che di supporto tecnico, sia dalla Regione che dagli altri enti locali e territoriali con i quali stipulano accordi per il perseguimento delle loro finalità, elaborando e realizzando iniziative per un comune marketing territoriale.

---

(9) Con *Dec.Ass. 9 aprile 2009* sono state apportate le norme di attuazione delle disposizioni di cui al presente articolo.

(10) Comma così modificato dall'*art. 4, L.R. 8 novembre 2007, n. 21*.

(11) Vedi, al riguardo, il *Dec.Ass. 29 ottobre 2009*.

(12) Alinea così modificato dall'*art. 9, comma 2, L.R. 6 agosto 2009, n. 9*.



Sicilia

**Legge regionale 23 dicembre 2000 n. 32 (Art. 62)**

Disposizioni per l'attuazione del POR 2000-2006 e di riordino dei regimi di aiuto alle imprese.

Pubblicata sulla Gazz. Uff. Reg. sic. 23 dicembre 2000, n. 61, S.O. n. 32.

**TITOLO VI**

**Commercio**

**Capo III - Aiuti «de minimis»**

**Art. 62**

*Aiuti ai consorzi e alle PMI insediate nei **centri commerciali naturali**.*

1. Al fine di promuovere azioni volte alla riqualificazione delle aree interessate alla realizzazione di servizi comuni alle imprese, alla promozione di produzioni locali nell'ambito dei **centri commerciali naturali**, così come definiti dall'[articolo 9 della legge regionale 15 settembre 2005, n. 10](#) e successive modificazioni, e delle strutture delle imprese commerciali, artigianali e di servizi operanti nei medesimi contesti, l'Assessorato regionale della cooperazione, del commercio, dell'artigianato e della pesca è autorizzato ad attivare, in conformità agli obiettivi specifici 5.1 e 7.1 del Programma operativo regionale del Fondo europeo per lo sviluppo regionale per il 2007-2013 (PO FESR 2007-2013), approvato con Decisione 2007/4249/CE del 7 settembre 2007 e successive modifiche e integrazioni, regimi di aiuti a favore di piccole e medie imprese (PMI) commerciali, artigianali e di servizi insediate nei **centri commerciali naturali** e di consorzi di PMI commerciali insediati nei predetti centri.
2. Le imprese commerciali di cui al comma 1 sono quelle di cui al [Dec.Ass. 11 febbraio 1997](#) e successive modificazioni, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Regione siciliana n. 21 del 26 aprile 1997.
3. I contributi, sia a favore di consorzi di PMI commerciali insediati in **centri commerciali naturali** che delle piccole e medie imprese commerciali, artigianali e di servizi insediate nei predetti centri, possono essere concessi nella misura massima del 50 per cento della spesa sostenuta e comunque alle condizioni ed entro i limiti previsti per gli aiuti de minimis dalla disciplina comunitaria.
4. L'Assessore regionale per la cooperazione, il commercio, l'artigianato e la pesca stabilisce, con proprio decreto, le modalità per la concessione delle agevolazioni, inclusi i criteri per l'individuazione dei soggetti, delle attività, delle spese ammissibili, la misura massima del finanziamento concedibile, le modalità di erogazione dei benefici in una o più delle forme indicate dall'articolo 189, i parametri per l'attribuzione, a ciascun progetto, del punteggio utile per la collocazione in graduatoria, e ogni altra disposizione

necessaria all'attivazione degli interventi, in esecuzione di quanto previsto nei citati obiettivi specifici 5.1 e 7.1 e nei corrispondenti obiettivi operativi e linee d'intervento contenuti nel PO FESR 2007-2013 e nel documento di ammissibilità e criteri di selezione", approvato dal Comitato di sorveglianza del 12 dicembre 2007 e successive modifiche e integrazioni.

5. Gli interventi di cui al presente articolo sono attivati a valere sulle risorse relative agli obiettivi specifici 5.1 e 7.1 del PO FESR 2007-2013 e sulle risorse finanziarie del Fondo aree sottoutilizzate istituito con l'[articolo 61 della legge 27 dicembre 2002, n. 289](#). Ai fini del controllo comunitario sugli aiuti, per il periodo di programmazione 2007-2013, le risorse finanziarie non possono superare complessivamente l'importo di 60 milioni di euro <sup>(113)</sup>.

---

(113) Articolo così sostituito dall'[art. 9, comma 1, L.R. 6 agosto 2009, n. 9](#), con la decorrenza indicata all'art. 64 della stessa legge. Il testo originario era così formulato: «Art. 62. Aiuti per servizi alle attività commerciali. 1. Nel quadro di interventi volti alla riqualificazione urbana e al miglioramento della qualità della vita e dell'ambiente nelle aree urbane l'Assessorato regionale della cooperazione, del commercio, dell'artigianato e della pesca è autorizzato a concedere contributi alle piccole e medie imprese commerciali ed artigiane nella misura del 50 per cento della spesa sostenuta per la realizzazione di servizi comuni e per la riqualificazione della struttura produttiva o distributiva. Gli interventi sono finanziati sulla base della presentazione di un progetto comune alle imprese interessate ed entro i limiti previsti per gli aiuti «de minimis» per ciascuna impresa.».

Toscana

## **Legge regionale 7 febbraio 2005 n. 28 (Artt. 97 e 98)**

Codice del Commercio. Testo Unico in materia di commercio in sede fissa, su aree pubbliche, somministrazione di alimenti e bevande, vendita di stampa quotidiana e periodica e distribuzione di carburanti.

Publicata nel B.U. Toscana 10 febbraio 2005, n. 11, parte prima.

### **Capo XIII**

#### **Qualificazione e valorizzazione dei luoghi del commercio**

##### **Art. 97**

###### *Definizioni.*

1. Ai fini del presente capo, si intendono:

a) per luoghi del commercio, le vie, le piazze, le gallerie commerciali, i centri commerciali naturali, le località o le altre porzioni del territorio comunale in cui le funzioni distributive svolgono ruoli significativi per tradizione, vocazione o potenzialità di sviluppo in relazione ai sistemi di risorse e di testimonianze dei contesti interessati;

b) per **centri commerciali naturali**, luoghi commerciali complessi e non omogenei, sviluppatosi nel tempo anche senza programmazione unitaria, concepiti come spazi unici ove opera un insieme organizzato di esercizi commerciali, esercizi di somministrazione, strutture ricettive, attività artigianali e di servizio, aree mercatali ed eventualmente integrati da aree di sosta e di accoglienza e da sistemi di accessibilità comuni.

##### **Art. 98**

###### *Disposizioni speciali per la valorizzazione di aree di particolare interesse del territorio comunale.*

1. Al fine di valorizzare e tutelare aree di particolare interesse del proprio territorio, i comuni possono sottoporre l'attività commerciale a particolari limitazioni e prescrizioni, anche individuando attività o merceologie incompatibili con le esigenze di tutela e con la natura delle aree.

2. I comuni, previa concertazione con le parti sociali interessate, possono definire programmi di qualificazione della rete commerciale con particolare riguardo ai seguenti aspetti:

a) l'organizzazione funzionale dei centri commerciali naturali sulla base dei seguenti requisiti minimi:

1) associazione delle imprese interessate;

2) definizione e realizzazione di attività, iniziative e funzioni coordinate con il metodo della governance cooperativa tra pubblico e privato, anche per il contenimento dei prezzi;

b) la realizzazione di infrastrutture e servizi adeguati alle funzioni distributive e alle esigenze dei consumatori, anche valutando gli impatti ed i ruoli delle attività commerciali sul contesto socio-economico e territoriale interessato;

c) lo svolgimento di attività di formazione degli operatori commerciali per accrescere la qualità dei servizi resi all'utenza;

d) l'integrazione dell'attività commerciale anche con eventi di interesse culturale e di spettacolo;

e) la promozione della distribuzione commerciale delle produzioni tipiche locali;

f) la crescita delle funzioni informative svolte dal sistema distributivo per la promozione turistica e culturale del territorio.

3. I comuni possono definire specializzazioni merceologiche inerenti a mercati, fiere o singoli posteggi, anche finalizzate alla valorizzazione delle produzioni delle piccole e medie imprese toscane e possono altresì introdurre limitazioni alla vendita di particolari prodotti.

4. I comuni possono promuovere accordi con gli operatori che esercitano l'attività commerciale nei posteggi dei mercati per la tutela attiva dei centri storici e delle aree urbane.

5. I comuni, previa concertazione con le parti sociali interessate, possono promuovere intese e accordi con le strutture della media e grande distribuzione per realizzare azioni ed iniziative a favore dei **centri commerciali naturali** e delle aree territoriali interessate da fenomeni di rarefazione del servizio commerciale.

Umbria

**Legge regionale 13 giugno 2014 n. 10 (Art. 10, 11, 18)**

Testo unico in materia di commercio.

Pubblicata nel B.U. Umbria 20 giugno 2014, n. 30.

**Articolo 10**

*Programmazione regionale.*

1. La Giunta regionale, nel rispetto delle procedure di concertazione e partenariato istituzionale e sociale previste dall'*articolo 5 della legge regionale 28 febbraio 2000, n. 13* (Disciplina generale della programmazione, del bilancio, dell'ordinamento contabile e dei controlli interni della Regione dell'Umbria) e in coerenza con gli obiettivi della programmazione regionale e con le strategie definite dal documento annuale di programmazione, adotta il Piano triennale di indirizzo strategico del commercio, di seguito denominato Piano triennale, e lo trasmette all'Assemblea legislativa per l'approvazione.

2. Il Piano triennale contiene:

a) la ricognizione e l'analisi delle principali tendenze del commercio in Umbria e la loro nazionale e internazionale;

b) la definizione degli obiettivi di promozione e sostegno delle attività commerciali;

c) la definizione e l'individuazione di buone pratiche volte a favorire lo sviluppo e la diffusione del commercio elettronico, al fine di rafforzare la presenza nazionale e internazionale delle imprese umbre e di garantire la tutela dei consumatori;

d) la definizione di forme di sostegno e tutela dei **centri commerciali naturali** e dei negozi storici;

e) l'individuazione delle principali iniziative anche di carattere pluriennale attraverso cui realizzare gli obiettivi di cui all'articolo 9, comma 1;

f) la ricognizione delle risorse finanziarie disponibili per il perseguimento degli obiettivi annuali;

g) l'individuazione delle specifiche misure di intervento, con l'indicazione delle relative risorse;

h) l'individuazione delle risorse rivolte alle attività commerciali per i danni subiti a causa dell'esecuzione di opere e lavori pubblici, a cui possono accedere i Comuni che prevedano analoghe forme di sostegno in compartecipazione finalizzate alla copertura di almeno il trenta per cento delle somme richieste dalle imprese interessate;

i) la definizione di criteri e modalità per la concessione dei singoli contributi attraverso iniziative proprie o attraverso i comuni, singoli o associati tra loro, i Centri di assistenza tecnica (CAT) e i Consorzi fidi;

j) i criteri e le modalità per la determinazione di interventi volti ad incentivare l'uso del digitale e lo sviluppo del commercio elettronico, con premialità a favore delle forme aggregate e delle reti di imprese, e con particolare riguardo ai **centri commerciali naturali** e ai poli commerciali, ai

fini della realizzazione di interventi per lo sviluppo nelle imprese del digitale e del commercio elettronico;

k) i criteri e i termini per il monitoraggio e la verifica dello stato di attuazione delle azioni previste dal Piano triennale.

3. Il Piano triennale ha efficacia fino all'approvazione del successivo e, comunque, può essere modificato ed aggiornato dalla Giunta regionale. Le modifiche e gli aggiornamenti del Piano triennale seguono il procedimento di cui al comma 1.

4. La Giunta regionale entro il 30 aprile di ogni anno approva il Piano di attuazione del Piano triennale e trasmette all'Assemblea legislativa una relazione sullo stato di attuazione del medesimo Piano triennale.

5. La Giunta regionale con proprio regolamento definisce i criteri e le modalità per l'attuazione degli obiettivi di cui all'articolo 9, nel rispetto di quanto previsto dall'[articolo 31, comma 2 del decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201](#) (Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici), convertito, con modificazioni, dalla [legge 22 dicembre 2011, n. 214](#).

6. Il regolamento di cui al comma 5 definisce, inoltre, nel rispetto del [Reg. reg. 25 marzo 2010, n. 7](#) (Regolamento regionale sulla disciplina del Piano comunale dei servizi alla popolazione, delle dotazioni territoriali e funzionali minime degli insediamenti e delle situazioni insediative di cui all'[articolo 62, comma 1, lettere a\), b\) e c\) della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11](#) (Norme in materia di governo del territorio: pianificazione urbanistica comunale)), i criteri di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale, prevedendo in particolare:

a) gli indirizzi al fine dell'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali, promuovendo il contenimento dell'uso del territorio verificando, tra l'altro, la dotazione a destinazione commerciale esistente;

b) le condizioni e i criteri cui i comuni devono attenersi per l'individuazione, attraverso gli strumenti urbanistici, delle aree idonee per la localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita;

c) gli indirizzi e i criteri cui i comuni possono attenersi per attivare percorsi sperimentali di semplificazione amministrativa per l'insediamento delle medie e delle grandi strutture nei centri storici o negli ambiti delimitati dal Quadro strategico di valorizzazione di cui alla [legge regionale 10 luglio 2008, n. 12](#) (Norme per i centri storici), di seguito QSV;

d) i requisiti urbanistici, in termini di accessibilità veicolare e pedonale anche per portatori di *handicap*, di dotazione di standard ambientali e parcheggi pertinenziali delle diverse tipologie di strutture di vendita;

e) i criteri per incentivare il recupero, l'ammodernamento e la qualificazione delle aree di insediamento commerciale che tengono conto della qualità del contesto paesaggistico ed ambientale promuovendo il miglioramento del bilancio delle emissioni.

7. La Giunta regionale, con proprio atto di indirizzo, al fine di omogeneizzare gli interventi di programmazione comunale, indica i criteri qualitativi per l'insediamento delle attività commerciali da parte dei comuni, anche con riferimento alle aree del territorio regionale di cui all'articolo 26.

8. La Regione può partecipare alle iniziative delle istituzioni pubbliche e delle categorie economiche nell'ambito degli obiettivi di cui al presente testo unico.

## **Articolo 11**

### *Programmazione comunale.*

1. I comuni, al fine di migliorare la funzionalità e la produttività del sistema dei servizi concernenti le attività commerciali, valutate le caratteristiche e le tendenze della distribuzione commerciale e nel rispetto di quanto disposto dal regolamento e dall'atto di indirizzo di cui all'articolo 10, commi 5 e 7, adottano, previa concertazione di cui all'articolo 13, un atto di programmazione che disciplina le modalità di applicazione dei criteri qualitativi individuati dalla programmazione regionale in riferimento all'insediamento di tutte le attività commerciali, ivi compresa la somministrazione di alimenti e bevande, tenendo conto delle diverse caratteristiche del proprio territorio. Tale atto di programmazione tiene conto, altresì, delle caratteristiche urbanistiche e di destinazione d'uso dei locali, dei fattori di mobilità, traffico, inquinamento acustico e ambientale, aree verdi, parcheggi, delle caratteristiche qualitative degli insediamenti, dell'armonica integrazione con le altre attività economiche e del corretto utilizzo degli spazi pubblici o di uso pubblico.

2. I comuni adeguano i propri strumenti urbanistici, anche in relazione a singole varianti, nel rispetto della normativa regionale vigente in materia di governo del territorio, tenuto conto dei criteri di cui all'articolo 10, comma 6 adottati dalla Giunta regionale e, in relazione alla previsione di nuovi insediamenti commerciali, individuano:

a) le aree da ritenersi sature rispetto alla possibilità di localizzarvi nuovi insediamenti tenuto conto delle condizioni di sostenibilità ambientale, infrastrutturale, logistica e di mobilità relative a specifici ambiti territoriali, ed in particolare:

1) del grado di congestione delle infrastrutture stradali da valutare in base al numero di mezzi, al numero di innesti e di accessi diretti e al numero delle funzioni svolte (collegamento interprovinciale, mobilità in area metropolitana, collegamento ad area industriale, collegamento esercizi commerciali);

2) dell'idoneità delle caratteristiche delle infrastrutture rispetto alle funzioni svolte;

3) delle caratteristiche della qualità della circolazione, anche dal punto di vista degli utenti, in considerazione delle funzioni assegnate alla strada nell'ambito della propria rete e del proprio ambito territoriale di riferimento, secondo i livelli di servizio di cui al decreto del Ministero delle infrastrutture e

dei trasporti 5 novembre 2001 (Norme funzionali e geometriche per la costruzione delle strade) e alle norme regionali di settore;

4) dell'ammontare dei costi per le amministrazioni pubbliche interessate ai fini dell'adeguamento delle infrastrutture e della tutela delle risorse essenziali del territorio;

b) le aree di localizzazione delle medie e delle grandi strutture di vendita, tenendo anche conto, nel rispetto di quanto disposto dal regolamento di cui all'articolo 10, comma 5 degli effetti d'ambito sovracomunale e di fenomeni di addensamento di esercizi che producono impatti equivalenti a quelli delle grandi strutture di vendita.

3. Le determinazioni dei comuni di cui ai commi 1 e 2 possono essere differenziate in relazione a singole parti del territorio comunale o zone di cui all'articolo 19 ed alla tipologia degli esercizi di cui all'articolo 18. In particolare la strumentazione urbanistica per l'insediamento in aree non esclusivamente commerciali può disporre limitazioni all'insediamento di attività commerciali in relazione alle classificazioni di cui all'articolo 19.

4. I comuni, previa valutazione delle problematiche della distribuzione commerciale nei centri storici e delle interrelazioni esistenti con le altre componenti territoriali, economiche e sociali, con apposito atto oppure nell'ambito del QSV, promuovono:

a) la crescita, il ricambio e la diversificazione delle attività, in raccordo con gli strumenti urbanistici comunali;

b) la permanenza di esercizi storici con particolare attenzione alle merceologie scarsamente presenti, anche mediante incentivi;

c) l'individuazione di porzioni di territorio ubicate in aree limitrofe funzionalmente collegate con il centro storico;

d) l'integrazione dell'attività commerciale anche con eventi di interesse culturale e di spettacolo.

5. I comuni, per le finalità di cui al comma 4, possono:

a) differenziare le attività commerciali con riferimento a specifiche classificazioni di carattere dimensionale, merceologico e qualitativo per contribuire ad un ampliamento di opportunità di insediamento nel centro storico;

b) disporre il divieto di vendita di determinate merceologie, qualora questa costituisca un contrasto con la tutela di valori artistici, storici o ambientali;

c) promuovere la valorizzazione dei contesti commerciali urbani intesi come aree, in particolar modo adiacenti o integrate con i centri storici, in cui le funzioni distributive svolgono ruoli significativi per tradizione, vocazione, caratteristiche o potenzialità di sviluppo;

d) realizzare attività, iniziative e funzioni coordinate tra pubblico e privato, per lo sviluppo delle funzioni commerciali e per la tutela dei consumatori;

e) promuovere azioni a sostegno della costituzione dei **centri commerciali naturali** per l'attuazione del presente testo unico.



**TITOLO II**  
**Attività commerciale**  
**Capo I**  
**Commercio in sede fissa**

**Articolo 18**  
*Definizioni.*

1. Ai fini del presente testo unico si intendono:

a) per decreto: il *decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114* (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'*articolo 4, comma 4, della L. 15 marzo 1997, n. 59*);

b) 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;

c) 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;

d) per superficie di vendita di un esercizio di vicinato, di una media o di una grande struttura di vendita: la sola superficie destinata alle attività commerciali al dettaglio disciplinate dal decreto con esclusione della superficie destinata a pubblici esercizi, attività artigianali ed altre attività;

e) per superficie espositiva di un esercizio commerciale: la parte dell'area a destinazione commerciale non alimentare, separata e distinta dalla superficie di vendita e accessibile al pubblico solo se accompagnato da personale autorizzato, per prendere visione di prodotti non immediatamente asportabili; tale superficie espositiva, fino alla percentuale del trenta per cento della superficie di vendita dell'esercizio commerciale interessato, non viene considerata ai fini del calcolo della superficie di vendita;

f) per esercizi di vicinato: gli esercizi aventi superficie di vendita non superiore a 250,00 mq.;

g) per medie strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui alla lettera f), così classificati in relazione alla superficie di vendita utilizzata:

1) M1 - medie strutture inferiori: esercizi aventi superficie di vendita compresa tra 251 e 600 mq. nei comuni delle classi III e IV e superficie compresa tra 251 e 900 mq. nei comuni delle classi I e II;

2) M2 - medie strutture intermedie: esercizi aventi superficie compresa tra 601 e 1000 mq. nei comuni delle classi III e IV e superficie compresa tra 901 e 1500 mq. nei comuni delle classi I e II;

3) M3 - medie strutture superiori: esercizi aventi superficie compresa tra 1001 e 1500 mq. nei comuni delle classi III e IV e superficie compresa tra 1.501 e 2.500 mq. nei comuni delle classi I e II;

h) per grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui alla lettera g), così classificati in relazione alla superficie di vendita utilizzata:

1) G1 - grandi strutture inferiori: esercizi aventi superficie compresa tra 1501 e 3500 mq. nei comuni delle classi III e IV e superficie compresa tra 2501 e 5500 mq. nei comuni delle classi I e II;

2) G2 - grandi strutture superiori: esercizi aventi superficie di vendita maggiore a 3500 mq. nei comuni delle classi III e IV o maggiore a 5.500 mq. nei comuni delle classi I e II fino ad un massimo di 15.000 mq. nel settore alimentare per le grandi strutture di tipologia G2 categoria A e di 20.000 mq. per quelle di tipologia G2 categoria E;

i) per forme integrate di commercio:

1) centro commerciale naturale: aggregazione di operatori del commercio, dell'artigianato, del turismo e di servizi ubicati in ambiti territoriali omogenei anche individuati nel QSV, che mediante forme associative realizzano politiche di sviluppo comuni;

2) attività di prossimità: l'esercizio commerciale di vicinato, di somministrazione, di artigianato e di servizi, compreso quello turistico, che svolge una funzione di presidio del territorio in quanto unico operatore di un centro storico o località;

j) per superficie di vendita di una media o grande struttura di vendita configurata come centro commerciale: l'area risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti, con esclusione di quelle destinate a pubblici esercizi, attività artigianali e altre attività di servizi.

2. Ai fini del presente testo unico e conformemente a quanto stabilito dalla comunicazione della Commissione COM (1997) 157 del 16 aprile 1997, si intende per commercio elettronico (o *e-commerce*) lo svolgimento di attività commerciali in digitale basato sull'elaborazione e la trasmissione di dati per via elettronica. Il commercio elettronico, in particolare, comprende: commercializzazione di merci e servizi per via elettronica; distribuzione *on-line* di contenuti e applicazioni digitali; effettuazione per via elettronica di transazioni; *on-line sourcing*; partecipazione ad appalti pubblici *on-line* ed al mercato elettronico della PA; fatturazione elettronica; reputazione *on-line*; indicizzazione nei motori di ricerca; impiego del *cloud computing*; il commercio elettronico per i consumatori finali (*Business-to-Consumer*) riguardante, in particolare, la fornitura di beni e servizi direttamente all'utente finale; il commercio elettronico tra imprese (*Business-to-Business*) riguardante, in particolare, le relazioni che un'impresa detiene con i propri fornitori o con imprese collocate in punti diversi della filiera produttiva; il commercio elettronico tra imprese e PA (*Business-to-Government*) riguardante, in particolare, le relazioni che un'impresa detiene con le amministrazioni pubbliche.

3. La Giunta regionale, con proprio atto, definisce requisiti, criteri e modalità per l'individuazione dei **centri commerciali naturali** di cui al comma 1, lettera i), numero 1).

Umbria

**Legge regionale 3 agosto 1999 n. 24 (Art. 5bis e 10)**

Disposizioni in materia di commercio in attuazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114.

Pubblicata nel B.U. Umbria 11 agosto 1999, n. 44, suppl. ord. n. 1.

**Art. 5-bis**

*Programmazione regionale* <sup>(20)</sup> <sup>(21)</sup> <sup>(22)</sup>.

1. La Giunta regionale con proprio regolamento definisce i criteri e le modalità per l'attuazione degli obiettivi di cui all'articolo 5, nel rispetto di quanto previsto dall'*articolo 31, comma 2, del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201* (Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici), convertito, con modificazioni, dalla *legge 22 dicembre 2011, n. 214* <sup>(23)</sup>.

1-bis. La Giunta regionale, nel rispetto delle procedure di concertazione e partenariato istituzionale e sociale previste dall'*articolo 5 della legge regionale 28 febbraio 2000, n. 13* (Disciplina generale della programmazione, del bilancio, dell'ordinamento contabile e dei controlli interni della Regione dell'Umbria) e in coerenza con gli obiettivi della programmazione regionale e con le strategie definite dal documento annuale di programmazione, adotta il Piano triennale di indirizzo strategico del commercio, di seguito Piano triennale, e lo trasmette al Consiglio regionale per l'approvazione <sup>(24)</sup>.

1-ter. Il Piano triennale contiene:

a) la ricognizione e l'analisi delle principali tendenze del commercio in Umbria e la loro comparazione con quanto avviene a livello nazionale e internazionale;

b) la definizione degli obiettivi di promozione e sostegno delle attività commerciali;

c) la definizione di forme di sostegno e tutela dei **centri commerciali naturali** e dei negozi storici;

d) l'individuazione delle principali iniziative anche di carattere pluriennale attraverso cui realizzare gli obiettivi di cui al comma 1;

e) la ricognizione delle risorse finanziarie disponibili per il perseguimento degli obiettivi annuali;

f) i criteri e i termini per il monitoraggio e la verifica dello stato di attuazione delle azioni previste dal Piano triennale <sup>(25)</sup>.

1-quater. Il Piano triennale ha efficacia fino all'approvazione del successivo e, comunque, può essere modificato ed aggiornato dalla Giunta regionale. Le modifiche e gli aggiornamenti del Piano triennale seguono il procedimento di cui al comma 1-bis <sup>(26)</sup>.

1-quinquies. La Giunta regionale entro il 30 aprile di ogni anno approva il Piano di attuazione del Piano triennale e trasmette al Consiglio regionale una relazione sullo stato di attuazione del medesimo Piano triennale <sup>(27)</sup>.

2. La Giunta regionale con l'atto di cui al comma 1 e con il regolamento regionale di cui all'*articolo 62, comma 1, lettere a), b) e c) della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11* (Norme in materia di governo del territorio: pianificazione urbanistica comunale) definisce, inoltre, i criteri di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale prevedendo in particolare:

a) gli indirizzi al fine dell'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali promuovendo il contenimento dell'uso del territorio verificando, tra l'altro, la dotazione a destinazione commerciale esistente;

b) le condizioni e i criteri cui i comuni devono attenersi per l'individuazione, attraverso gli strumenti urbanistici, delle aree idonee per la localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita;

c) i requisiti urbanistici, in termini di accessibilità veicolare e pedonale anche per portatori di handicap, di dotazione di standard ambientali e parcheggi pertinenziali delle diverse tipologie di strutture di vendita;

d) i criteri per incentivare il recupero, l'ammodernamento e la qualificazione delle aree di insediamento commerciale che tengono conto della qualità del contesto paesaggistico ed ambientale promuovendo il miglioramento del bilancio delle emissioni.

3. La Giunta regionale, con proprio atto di indirizzo, al fine di omogeneizzare gli interventi di programmazione comunale, indica i criteri qualitativi per l'insediamento delle attività commerciali, da parte dei comuni, anche con riferimento alle aree del territorio regionale di cui all'articolo 6 <sup>(28)</sup>.

4. La Regione può partecipare alle iniziative delle istituzioni pubbliche e delle categorie economiche nell'ambito degli obiettivi di cui alla presente legge.

---

<sup>(20)</sup> Articolo aggiunto dall'*art. 71, L.R. 16 febbraio 2010, n. 15*, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (vedi anche l'*art. 112, commi 1, 3, 4 e 5*, della stessa legge), poi così modificato come indicato nelle note che seguono.

<sup>(21)</sup> Vedi, anche, la *Delib.G.R. 22 luglio 2013, n. 845*.

(22) Il presente provvedimento è stato abrogato dall'*art. 90, comma 1, lettera j), L.R. 13 giugno 2014, n. 10.*

(23) Comma così sostituito dall'*art. 4, comma 1, L.R. 6 maggio 2013, n. 10* (vedi anche, per le norme transitorie, l'*art. 17, comma 2, della stessa legge.* Il testo originario era così formulato: «1. La Giunta regionale con proprio atto di programmazione definisce criteri e modalità per l'attuazione degli obiettivi di cui all'articolo 5 garantendo il giusto bilanciamento di motivi imperativi di interesse generale quali l'ordine pubblico, la sicurezza pubblica, la sicurezza stradale, la sanità pubblica, la tutela dei consumatori, dei destinatari di servizi e dei lavoratori, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela dell'ambiente e dell'ambiente urbano compreso l'assetto territoriale in ambito urbano e rurale, la proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio storico ed artistico, la politica sociale e la politica culturale.».

(24) Comma aggiunto dall'*art. 4, comma 2, L.R. 6 maggio 2013, n. 10.*

(25) Comma aggiunto dall'*art. 4, comma 2, L.R. 6 maggio 2013, n. 10.*

(26) Comma aggiunto dall'*art. 4, comma 2, L.R. 6 maggio 2013, n. 10.*

(27) Comma aggiunto dall'*art. 4, comma 2, L.R. 6 maggio 2013, n. 10.*

(28) Vedi, anche, la *Delib.G.R. 26 luglio 2011, n. 847.*

## **TITOLO II**

### **Esercizio dell'attività di vendita al dettaglio sulle aree private in sede fissa**

#### **Sezione III - Disciplina dell'attività di vendita**

##### **Art. 10**

##### **Centri commerciali** <sup>(56)</sup> <sup>(57)</sup>.

[1. Ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettera g) del decreto, i centri commerciali costituiti da più esercizi inseriti in una struttura a destinazione specifica che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente sono classificati come un'unica media o grande struttura, a norma dell'articolo 4 della presente legge. La necessità di apposita e distinta autorizzazione per il centro commerciale non esime dal rispetto di quanto disposto agli articoli 7, 8 e 9 del decreto, per l'attivazione dei singoli esercizi commerciali in esso inseriti.

2. Nell'ipotesi in cui la somma delle superfici di vendita presenti in un centro commerciale corrisponda ad una media o grande struttura, deve essere attivato il procedimento relativo alla apertura della media o grande struttura di vendita corrispondente. Gli esercizi all'interno della media o grande struttura di vendita che configura un centro commerciale, non sono trasferibili al di fuori del centro commerciale, configurandosi questo ultimo come una struttura unitaria.

3. Si è in presenza di un centro commerciale anche qualora ricorra una delle seguenti caratteristiche:

a) presenza di un corpo comune di collegamento, anche configurato come copertura, tra due o più medie o grandi strutture di vendita fisicamente staccate;

b) distanza tra medie strutture di vendita di tipo M2, tra medie strutture di vendita di tipo M2 e grandi strutture e tra grandi strutture di vendita, inferiore a quaranta metri lineari, calcolata dai rispettivi muri perimetrali salvo la maggiore distanza stabilita nei regolamenti locali comunque non superiore a metri sessanta <sup>(58)</sup>.

4. Per apertura di un centro commerciale, ai sensi del combinato disposto degli articoli 4, comma 1, lettera g), 8 e 9 del decreto e dei commi 1, 2 e 3, si intende non solo l'attivazione di un complesso commerciale concepito e realizzato sulla base di un apposito progetto, ma anche l'attivazione, in un complesso immobiliare unitario, di un centro realizzato mediante più operazioni formalmente distinte di apertura, trasferimento o ampliamento o accorpamento di attività commerciali, in un arco di tempo inferiore a trentasei mesi, e pertanto da considerarsi contestuali quando vengano superati i limiti dimensionali previsti dall'articolo 4.

4-bis. La diversa articolazione interna della superficie di vendita degli esercizi commerciali presenti in un centro commerciale sono soggette a SCIA da presentare secondo le modalità di cui all'articolo 4-bis, salvo superamento degli standard urbanistici e di viabilità di categoria dimensionale originariamente previsti. In tal caso trova applicazione la procedura di autorizzazione di cui al comma 1 <sup>(59)</sup>.

5. Nell'ipotesi di cui al comma 4, la domanda di autorizzazione per il centro, complessivamente considerato, deve essere inoltrata dal promotore o dal legale rappresentante dell'organismo di gestione del centro o, in mancanza, dal titolare dell'esercizio che, con il proprio ingresso nel centro, fa superare i limiti dimensionali minimi previsti.

5-bis. Per **centri commerciali naturali** si intendono aggregazioni di operatori del commercio, artigianato, turismo e servizi ubicati in ambiti omogenei, che mediante forme associative realizzano politiche di sviluppo comuni <sup>(60)</sup>.

5-ter. I pubblici esercizi che, pur inseriti nel medesimo centro commerciale, sono dotati di accesso autonomo al pubblico, possono prevedere un diverso orario di apertura <sup>(61)</sup>].

---

(56) Articolo così sostituito dall'*art. 7, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26*, poi così modificato come indicato nelle note che seguono. Il testo originario era così formulato: «Art. 10. Centri commerciali. 1. Ai sensi dell'art. 4, comma 1, lettera g) del decreto, i centri commerciali costituiti da più esercizi inseriti in una struttura a destinazione specifica che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente sono classificati come un'unica media o grande struttura, a norma dell'art. 4. La necessità di apposita e distinta autorizzazione

per il centro commerciale non esime dal rispetto di quanto disposto agli artt. 7, 8 e 9 del decreto, per l'attivazione dei singoli esercizi commerciali in esso inseriti.

2. Per apertura di un centro commerciale, ai sensi del combinato disposto degli artt. 4, comma 1, lettera g), 8 e 9 del decreto, si intende non solo l'attivazione di un complesso commerciale concepito e realizzato sulla base di apposito progetto, ma anche l'attivazione, in un complesso immobiliare unitario, di un centro realizzato mediante più operazioni formalmente distinte di apertura, trasferimento o ampliamento o accorpamento di attività commerciali in un arco di tempo inferiore a 18 mesi, e pertanto da considerarsi contestuali, quando vengano superati i limiti dimensionali previsti per le medie e grandi strutture di vendita.

3. Nell'ipotesi di cui al comma 2, la domanda di autorizzazione per il centro, complessivamente considerato, deve essere inoltrata dal promotore o dal legale rappresentante dell'organismo di gestione del centro o, in mancanza, dal titolare dell'esercizio che, con il proprio ingresso nel centro, fa superare i limiti dimensionali minimi previsti.».

(58) Comma abrogato dall'art. 74, L.R. 16 febbraio 2010, n. 15, a decorrere dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione (vedi anche l'art. 112, comma 1, della stessa legge).

(59) Comma aggiunto dall'art. 8, comma 1, L.R. 6 maggio 2013, n. 10.

(60) Comma aggiunto dall'art. 22, L.R. 10 luglio 2008, n. 12.

(61) Comma aggiunto dall'art. 8, comma 2, L.R. 6 maggio 2013, n. 10.

(57) Il presente provvedimento è stato abrogato dall'art. 90, comma 1, lettera j), L.R. 13 giugno 2014, n. 10.