

Delib.C.R. 18 gennaio 2000, n. 409 recante: "Indirizzi e criteri di programmazione delle medie e grandi strutture di vendita in attuazione del decreto legislativo n. 114/1998 e della legge regionale n. 17/1999 art. 1, comma 2".

(1) Pubblicata nel B.U. Calabria 4 marzo 2000, n. 14

(2) Vedi, anche, la Delib.G.R. 20 marzo 2000, n. 238 e la Delib.C.R. 19 marzo 2001, n. 57 che ha apportato modifiche alla presente deliberazione.

Omissis

Il Presidente, nessuno avendo chiesto di intervenire, pone in votazione il seguente schema di deliberazione, con gli emendamenti introdotti;

Il Consiglio regionale

Premesso che l'articolo 1, comma 2, della legge regionale n. 17/1999, in attuazione del disposto dell'articolo 6, comma 2, lettera a) del decreto legislativo n. 114/1998, demanda al Consiglio regionale l'approvazione di un provvedimento contenente gli indirizzi ed i criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita, nonché ulteriori direttive ai Comuni per l'esercizio delle loro funzioni;

Considerato che l'Assessorato all'industria, commercio ed artigianato, ha predisposto con la propria struttura, l'allegato testo che è parte integrante della presente deliberazione, unitamente alla relativa relazione;

Vista la proposta formulata sulla base delle suesposte premesse e considerazioni, dalla Giunta regionale con Delib.G.R. 28 dicembre 1999, n. 3831;

Visto il decreto legislativo 31 marzo 1999, articolo 6;

Vista la legge regionale n. 17/1999, articolo 1, comma 2;

Visto l'articolo 38, comma 1 dello Statuto della Regione;

Ritenuto di procedere all'approvazione di cui sopra;

Delibera

- di approvare l'allegato provvedimento, composto di 16 articoli, della relativa relazione e degli allegati A, B e C, sugli indirizzi e i criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita, proposto dalla Giunta regionale con Delib.G.R. 28 dicembre 1999, n. 3831, in attuazione del decreto legislativo n. 114/1998 e dell'articolo 1, comma 2, della legge regionale n. 17/1999;

- di dare atto che la presente deliberazione, ai sensi della legge n. 127/1997, non è soggetta a controllo», e, deciso l'esito - presenti e votanti 24, a favore 24 - ne proclama il risultato: «Il Consiglio approva».

Omissis

Indirizzi e criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita e ulteriori disposizioni di attuazione del decreto legislativo n. 114/1998

Relazione

La legge regionale 11 giugno 1999, n. 17 «Direttive regionali in materia di commercio in sede fissa» ha disegnato il quadro normativo generale per lo sviluppo del settore commerciale in Calabria, prendendo a riferimento il decreto legislativo di riforma del settore. I principi della legge debbono tuttavia essere tradotti, sul piano concreto, in indicazioni di dettaglio circa le modalità di sviluppo dell'apparato distributivo. L'articolo 1, comma 2, della legge regionale ha demandato tale definizione a un apposito provvedimento relativo agli indirizzi e ai criteri per la programmazione delle medie e delle grandi strutture di vendita.

Nel rispetto degli impegni assunti in quella sede, viene presentato l'allegato provvedimento, contenente i criteri di programmazione della rete di vendita di maggiore dimensione, nonché ulteriori indicazioni e disposizioni relative alla fase di attuazione della nuova normativa per il commercio in sede fissa. Come previsto dalla *legge n. 17*, viene così a completarsi il quadro dei provvedimenti a carattere attuativo che la Regione si era impegnata ad emanare.

Le indicazioni contenute nel provvedimento discendono da un'indagine preliminare di carattere economico, specificamente finalizzata e limitata alla determinazione degli obiettivi di presenza e di sviluppo della media e della grande distribuzione nella Regione: sono state ricostruite la rete distributiva regionale e le sue principali caratteristiche, attraverso apposite schede di rilevazione compilate dai Comuni, in collaborazione con le Camere di commercio, al fine di aggiornare i dati contenuti nell'Atlante commerciale della Calabria precedentemente realizzato dall'INDIS e dall'Unioncamere regionale della Calabria.

Nella predisposizione del provvedimento si è inoltre tenuto conto delle caratteristiche peculiari della Regione, ove accanto ai ricorrenti problemi di equilibrio dimensionale tra le diverse tipologie se ne ravvisano altri, parimenti importanti, a cominciare dalla necessità di programmare una più razionale e urbanisticamente qualificata presenza delle grandi strutture di vendita nell'ambito delle diverse aree sovracomunali.

Al riguardo va precisato che, anche alla luce degli esiti delle indagini citate, ai fini dell'individuazione degli ambiti territoriali di insediamento delle grandi strutture di vendita, la *legge regionale n. 17* aveva già suddiviso il territorio regionale in aree sovracomunali, configurabili ciascuna come unico bacino di utenza; al fine di consentire un riequilibrio della presenza territoriale delle grandi strutture, all'interno delle aree sovracomunali sono stati individuati obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita per il prossimo quadriennio. Si tratta di indicazioni che dovranno orientare la valutazione, in sede di Conferenza dei servizi, delle domande per l'apertura delle grandi strutture.

Per quanto concerne le direttive ai Comuni per l'esercizio delle rispettive competenze, relativamente alla normativa urbanistica si è fatto riferimento alle indicazioni contenute nella delibera della Conferenza unificata n. 161 del 21 ottobre 1999, che si prefiggono in sostanza l'obiettivo di precisare i casi nei quali è effettivamente necessario procedere a varianti della strumentazione urbanistica per l'individuazione delle aree per gli insediamenti commerciali.

REGIONE CALABRIA: Indirizzi e criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita e ulteriori disposizioni di attuazione del *decreto legislativo n. 114/1998*:

TITOLO I

Principi generali

Articolo 1

Natura del provvedimento.

1. Le presenti disposizioni costituiscono gli indirizzi ed i criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita di cui all'*art. 1, comma 2, della legge regionale 11 giugno 1999, n. 17*, integrati con ulteriori direttive e indicazioni operative ai Comuni per l'attuazione del *D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114*, di riforma della disciplina del commercio.

2. La validità temporale delle disposizioni inerenti gli indirizzi e i criteri di programmazione è di anni quattro a decorrere dalla loro entrata in vigore. Alla scadenza esse sono automaticamente prorogate di validità, fino all'entrata in vigore di una nuova determinazione del Consiglio regionale. A tal fine la Giunta regionale, almeno centoventi giorni prima della scadenza del termine temporale di programmazione, trasmette al Consiglio regionale una proposta di aggiornamento, tenuto conto delle relazioni di monitoraggio sullo stato della rete distributiva predisposte dall'Osservatorio regionale del commercio.

3. Al termine dei primi due anni dall'entrata in vigore delle presenti disposizioni, sulla base di un rapporto sullo sviluppo della rete distributiva e sullo stato di attuazione degli indirizzi e criteri di programmazione contenuti nella presente delibera, la Giunta regionale può sottoporre al Consiglio una proposta di aggiornamento per il secondo biennio:

Articolo 2

Definizioni.

Ai fini degli articoli che seguono, si intendono:

a) per decreto, il *decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114*;

b) per legge regionale, la *legge regionale 11 giugno 1999, n. 17*, «Direttive regionali in materia di commercio in sede fissa»;

c) per aree, il territorio di ciascuna delle aree sovracomunali di gravitazione commerciale, configurabili come unico bacino di utenza e per sub-aree, l'ulteriore ripartizione, effettuata sulla base delle caratteristiche socio-economiche omogenee, in conformità con quanto disposto all'art. 3 della legge regionale e all'allegato A della presente delibera;

d) per aree di intervento prioritario, secondario o residuale, per il settore alimentare o non alimentare, le aree sovracomunali in relazione alle quali l'esigenza di sviluppo delle medie strutture di vendita nel prossimo quadriennio riveste dette caratteristiche, secondo quanto indicato all'allegato B;

e) per Comuni della classi I, II, III e IV, i Comuni appartenenti alle classi demografiche indicate all'art. 4 della *legge regionale 11 giugno 1999, n. 17*;

f) per generi di largo e generale consumo, ai fini dell'applicazione di quanto previsto all'art. 10, commi 2 e 3 del decreto, i prodotti già ricompresi nelle tabelle merceologiche I, IA, II, VI, VIII e IX di cui all'allegato n. 5 al decreto 4 agosto 1988, n. 375;

g) per popolazione residente si intende quella risultante dal più recente dato anagrafico disponibile.

Articolo 3

Classificazione delle medie e grandi strutture di vendita.

1. Le medie e le grandi strutture di vendita, costituite sia da un unico esercizio sia da un insieme di più esercizi, tenuto conto della classe demografica dei Comuni della Regione individuata dall'art. 4 della legge regionale, si suddividono nelle seguenti tipologie:

M1 - Medie strutture di minore dimensione: esercizi aventi superficie di vendita compresa tra 251 e 900 mq. nei Comuni di classe I e II e tra 151 e 600 mq. nei Comuni di classe III e IV;

M2 - Medie strutture di maggiore dimensione: esercizi aventi superficie compresa tra 901 e 2500 mq. nei Comuni di classe I e II e tra 601 mq. e 1500 mq. nei Comuni di classe III e IV;

G1 - Grandi strutture di minore dimensione: esercizi aventi superficie compresa tra 2501 e 6000 mq. nei Comuni di classe I e II e tra 1501 e 4500 mq. nei Comuni di classe III e IV;

G2 - Grandi strutture di maggiore dimensione: esercizi aventi superficie di vendita maggiore di 6000 mq. nei Comuni di classe I e II oppure maggiore di 4500 mq. nei Comuni di classe III e IV.

2. In conformità con quanto disposto dal comma 4 dell'art. 6 della legge regionale, le tipologie di cui al precedente comma vengono ulteriormente suddivise, in relazione ai settori merceologici per i quali è autorizzata la vendita, nella seguente classificazione:

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.

3. Nell'ambito della definizione dei centri commerciali richiamata dall'articolo 6, comma 5, della legge regionale, vengono classificati come centri commerciali di vicinato quelli nei quali gli esercizi, considerati singolarmente, rientrano nella dimensione degli esercizi di vicinato, salvo l'eventuale presenza di una media struttura di vendita autorizzata. Nel caso in cui la superficie di vendita dell'intero Centro Commerciale di vicinato, compresa la superficie della media struttura di vendita, supera limiti di cui all'art. 4 punto 1 comma e) , del decreto, perde i connotati di Centro Commerciale di vicinato e rientra nella fattispecie delle Grandi strutture di vendita. Per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalle somme delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

TITOLO II

Criteri per lo sviluppo delle grandi strutture di vendita

Articolo 4

Compatibilità delle grandi strutture di vendita in relazione alla dimensione demografica.

1. Al fine di favorire l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, l'apertura ed il trasferimento di grandi strutture di vendita può avvenire solo all'interno di Comuni la cui ampiezza demografica, espressa dalla classe di appartenenza ai sensi dell'articolo 4 della legge regionale, risulti compatibile con la tipologia dimensionale e la categoria merceologica dell'esercizio o del centro commerciale, secondo quanto indicato nella tabella che segue:

Classe Demografica del Comune	Strutture incompatibili
I - Comuni maggiori di 50.000 abitanti	Nessuna
II - Comuni compresi tra 10.000 e 50.000 abitanti	Grandi strutture di vendita G2/A
III - Comuni compresi tra 3.000 e 10.000 abitanti	Grandi strutture di vendita G2/A G2/B e G1/A
IV - Comuni con meno di 3000 abitanti	Grandi strutture di vendita di qualsiasi tipo

2. Le disposizioni di cui al comma precedente non trovano applicazione per le grandi strutture di vendita localizzate in prossimità di uno svincolo autostradale o di altra via a scorrimento veloce, che ne ampli notevolmente il bacino di utenza.

Articolo 5

1. Sulla base dei risultati dell'analisi preliminare della consistenza della rete distributiva, realizzata attraverso la collaborazione delle Camere di commercio e dei Comuni, al fine di individuare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture idonei a garantire un'equilibrata distribuzione delle diverse tipologie di vendita sul territorio, per il quadriennio di validità della presente delibera sono previsti interventi di apertura di nuove grandi strutture di vendita, configurate come unico esercizio o centri commerciali, nelle seguenti misure massime in relazione alle aree sovracomunali di cui all'articolo 2, lettera c);

Grandi strutture non alimentari G1/B e G2/B 2. Area sovracomunale	Grandi strutture alimentari o miste G1/A e G2/A		Grandi strutture non alimentari G1/B e G2/B	
	Primo anno	Triennio successivo	Primo anno	Triennio successivo
1. Praia a Mare	0	1	0	0
2. Castrovillari	0	1	0	0
3. Trebisacce	0	0	0	0
4. Diamante	0	1	0	0
5. Corigliano Calabro	1	1	0	1
6. Paola	0	1	1	0
7. Cosenza	0	0	1	2
8. Crotone	0	1	0	1
8a San Giovanni in Fiore				
8b Taverna				
9. Amantea	0	0	0	0
10. Lamezia Terme	1	0	0	1
11. Catanzaro	0	0	0	1
10. Lamezia Terme	1	0	0	1
11. Catanzaro	0	0	0	1
12. Vibo Valentia	0	1	0	1
12.a Ricadi				
12b Serra San Bruno				
13. Soverato	0	0	0	0
14. Gioia Tauro	1	0	0	1
14a Taurianova				
15. Locri	1	0	0	0
16. Reggio Calabria	1	1	0	1
17. Melito di Porto Salvo	0	0	0	0

2. Per perseguire la finalità, prevista dall'articolo 2, comma 1, lettera a) della legge regionale, della gradualità del passaggio al nuovo assetto normativo previsto dal decreto, gli obiettivi di cui al precedente comma vengono indicati separatamente per il primo anno e per il triennio successivo.

3. I valori della tabella di cui al precedente comma 1, in relazione alla classificazione delle strutture operata nel precedente articolo 3, sono utilizzabili in sede di Conferenza dei servizi nel seguente modo:

a) il parere positivo per l'apertura di una grande struttura di vendita di tipo G1 assorbe un punto di disponibilità per il settore interessato, così come l'ampliamento di una grande struttura di tipo G1 in una di tipo G2;

b) il parere positivo per l'apertura di una grande struttura di tipo G2 assorbe due punti di disponibilità nel settore interessato se realizzata come struttura singola, e soltanto un punto se promossa con la tipologia del centro commerciale;

c) il parere positivo per la trasformazione di una grande struttura alimentare o mista (A) in struttura non alimentare assorbe un punto di disponibilità non alimentare (B).

Articolo 6

Criteri di priorità.

1. In caso di domande concorrenti presentate ai Comuni di una medesima area sovracomunale nel corso dello stesso mese, la Conferenza di servizi accorda il seguente ordine di priorità:

a) domande di realizzazione di iniziative per concentrazione di due o più preesistenti medie o grandi strutture ubicate nella medesima area sovracomunale ai sensi dell'articolo 5, comma 1, della legge regionale, purché sussistano le condizioni indicate alle lettere b), c) e d) e tenendo conto degli ulteriori requisiti di priorità di cui al comma 2 dell'articolo citato;

b) domande tendenti alla realizzazione di grandi strutture di vendita in Comuni delle classi I e II che ne fossero totalmente privi;

c) ordine cronologico di inoltro dell'istanza, nell'ambito del mese solare di riferimento.

2. Ai sensi dell'articolo 22, comma 7 della legge regionale, le domande di autorizzazione di cui agli *articoli 26 e 27 della legge 11 giugno 1971, n. 426*, trasmesse alla Giunta regionale entro il 16 gennaio 1998 e corredate a norma, vengono esaminate prioritariamente, nel rispetto dei criteri di trasparenza amministrativa qualora siano state ripresentate entro i termini previsti dal citato articolo.

3. Le nuove domande di apertura di grandi strutture di vendita possono essere presentate trascorsi 60 giorni dall'entrata in vigore del presente provvedimento, al fine di consentire prioritariamente una valutazione, nella Conferenza di servizi delle domande di cui al comma precedente.

4. Al fine di graduare la trasformazione della rete di vendita regionale e di conseguire il pluralismo delle diverse tipologie distributive, per il quadriennio di validità del presente provvedimento le nuove strutture di tipo G2 non possono superare i 18.000 mq di superficie di vendita se richieste nella tipologia del centro commerciale o gli 8.000 mq se presentate come struttura singola.

Articolo 7

Caratteristiche qualitative delle grandi strutture e programmazione concertata.

1. Fatto salvo il rispetto degli standard minimi di natura urbanistica e delle normative in materia igienico-sanitaria e di sicurezza del lavoro, nel progetto da allegare all'istanza per l'apertura di grandi strutture di tipo G2, se promosse nella tipologia del centro commerciale, vanno preferibilmente previsti i seguenti servizi accessori, da realizzare all'interno o in adiacenza con la grande struttura di vendita:

a) spazi organizzati per intrattenimento di bambini, sotto sorveglianza;

b) pubblico esercizio di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, di cui alla lettera a) o b) dell'*articolo 5 della legge 25 agosto 1991, n. 287*;

c) vendita di giornali e riviste;

d) servizi di pagamento bancomat;

e) attività artigianali di integrazione del servizio alla clientela (parrucchiere, estetista, calzolaio, riparazioni).

2. La Conferenza di servizi, chiamata a valutare l'istanza di apertura della struttura di tipo G2 ai sensi dell'art. 7 della legge regionale, può disporre deroghe motivate alla presenza dei servizi accessori di cui al precedente comma.

3. Il rilascio di autorizzazioni, licenze e permessi comunali per attività previste quali servizi accessori per l'esercizio di grandi strutture di vendita a norma del presente articolo può essere effettuato dai Comuni, anche in deroga ad eventuali disposizioni regionali limitative non aventi carattere legislativo.

4. I Comuni promuovono programmi di intervento integrato e accordi di programma che includono la realizzazione di centri commerciali e di grandi strutture di vendita, tenendo conto anche della procedura negoziale di cui all'*articolo 6 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 123* (Disposizioni per la razionalizzazione degli interventi di sostegno pubblico alle imprese, a norma dell'*articolo 4, comma 4, lettera e)*, della legge 15 marzo 1997, n. 59).

Articolo 8

Ampliamento e trasferimento di sede di grandi strutture di vendita.

1. L'ampliamento di superficie di grandi strutture di vendita può essere autorizzato dal Comune, previo parere positivo della Conferenza di servizi, qualora esso sia contenuto nei limiti della tipologia G1 o, trattandosi di ampliamento di una grande struttura di tipo G2, nei limiti di superficie indicati al precedente articolo 6, comma 4. Tale ampliamento è sempre concesso direttamente dal Comune, senza richiedere il parere della Conferenza di servizi, qualora concorra l'ipotesi di accorpamento, entro il 20 per cento di superficie in più rispetto a quella autorizzata, di cui all'articolo 6, comma 2, della legge regionale.

2. Il trasferimento di sede di grandi strutture di vendita nell'ambito del medesimo territorio comunale è concesso direttamente dal Comune, nel rispetto della normativa urbanistica e del termine, comunque non superiore ai novanta giorni dalla data di ricevimento, entro il quale la domanda deve ritenersi accolta qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego.

3. Il trasferimento di sede di una grande struttura di vendita da una ad altra area o sub-area sovracomunale nel periodo di vigenza del presente provvedimento non è ammesso.

TITOLO III

Direttive ai Comuni

Articolo 9

Sviluppo delle medie strutture di vendita.

1. In attuazione di quanto disposto dal comma 1, lettera a) dell'articolo 11 della legge regionale, entro centoventi giorni dall'entrata in vigore del presente provvedimento i Comuni approvano:

a) le norme sul procedimento concernenti le domande per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento delle medie strutture di vendita, tenendo conto delle indicazioni della legge regionale e degli articoli 8 e 9 del decreto, contenute nella delibera tipo di cui all'allegato C;

b) gli indirizzi e i criteri, da aggiornare almeno una volta ogni quattro anni, per il rilascio delle autorizzazioni all'apertura, al trasferimento di sede e all'ampliamento delle superfici delle medie strutture di vendita.

2. Sulla base dei risultati dell'analisi preliminare della consistenza della rete distributiva e dei fattori socio-economici e demografici che maggiormente ne influenzano le caratteristiche, le aree sovracomunali di cui all'allegato A vengono classificate come soggette ad intervento prioritario, secondario o residuale per il settore alimentare (A) o non alimentare (B), in relazione all'individuazione dei relativi criteri per la programmazione dello sviluppo delle medie strutture di vendita nel quadriennio, secondo quanto indicato nell'allegato B.

3. I Comuni approvano una delibera contenente gli indirizzi e i criteri di programmazione di cui alla lettera B) del precedente comma 1, tenendo preferibilmente conto della specificazione in classi dimensionali e in settori merceologici fissata nel precedente articolo 3, nonché della classificazione dell'area sovracomunale di riferimento indicata nell'allegato B.

4. I Comuni nell'indicare gli indirizzi ed i criteri per lo sviluppo delle medie strutture di vendita perseguono:

a) l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, nel rispetto del principio della libera concorrenza;

b) la nascita di nuove iniziative attraverso processi di riconversione e razionalizzazione delle strutture distributive esistenti;

c) la qualificazione dei servizi per le zone periferiche e di nuovo insediamento e l'adeguata previsione di aree compatibili con la localizzazione delle strutture commerciali.

5. Ferma restando la ripartizione del territorio individuata ai fini della programmazione urbanistica, i Comuni, al fine di conseguire una migliore articolazione delle opportunità di sviluppo, possono ripartire il territorio comunale in più delimitate aree di intervento.

6. L'apertura o l'ampliamento di una media struttura di vendita, attraverso concentrazione o accorpamento di esercizi già autorizzati, ai sensi dell'articolo 6, commi 1, 2 e 3 della legge regionale, vanno sempre concessi, qualora concorrano le condizioni elencate nell'articolo citato, nel rispetto della normativa urbanistica e delle disposizioni di cui al precedente comma 1.

7. In caso di domande concorrenti per l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita, vanno rispettati i criteri di priorità indicati all'articolo 5 della legge regionale.

8. Il trasferimento di sede di medie strutture di vendita nell'ambito del medesimo Comune è di norma sempre concesso, nell'osservanza della normativa urbanistica, fatto salvo il rispetto delle disposizioni di cui al precedente comma 1.

9. Qualora il Comune non abbia approvato i criteri di programmazione per le medie strutture di vendita entro il termine di centoventi giorni, provvede la Regione in via sostitutiva adottando le disposizioni necessarie, che restano in vigore fino all'emanazione della deliberazione comunale.

10. I nulla-osta rilasciati dalla Regione, ai sensi degli artt. 26 e 27 della legge 11 giugno 1971, n. 426 (Disciplina del commercio) si intendono revocati e privi di effetto, qualora il Comune non li abbia recepiti e dato ad essi seguito con comunicazione di avvenuto accoglimento degli stessi e conseguente richiesta della documentazione propedeutica ai fini del rilascio delle relative autorizzazioni Amministrative e pur in presenza di ricorsi amministrativi pendenti, sempre successivi alla comunicazione di avvenuto accoglimento del nulla-osta regionale. Le autorizzazioni amministrative comunque rilasciate dal Comune prima dell'entrata in vigore del presente provvedimento si intendono revocate qualora, a partire da tale data, ai sensi dell'art. 22, comma 4, del decreto, il titolare non inizi l'attività entro un anno, se trattasi di una media struttura di vendita o entro due anni se trattasi di una grande struttura di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità.

Articolo 10

Norme urbanistiche per la localizzazione degli insediamenti commerciali.

1. I Comuni, entro centottanta giorni dall'entrata in vigore dei presenti indirizzi e criteri, valutano la conformità dei propri strumenti urbanistici generali e attuativi ai medesimi e, ove necessario, li adeguano ai fini di individuare le aree da destinare agli insediamenti commerciali, in attuazione di quanto stabilito dall'articolo 22, comma 3, della legge regionale.

2. Relativamente alle medie e grandi strutture di vendita, ai sensi della delibera della Conferenza unificata n. 161 del 21 ottobre 1999, lo strumento urbanistico può prevedere la sola destinazione commerciale anche in promiscuità con altre destinazioni; ove negli strumenti urbanistici ci si riferisce alle esigenze dei settori produttivi in senso generico, senza precisarne il tipo, si devono intendere per tali non solamente quelli industriali e artigianali, ma anche quelli commerciali, pur se la destinazione commerciale non risulta esplicitamente codificata.

3. Nel definire le scelte di pianificazione urbanistica riferite al Settore Commerciale, i Comuni perseguono obiettivi di miglioramento della qualità urbana e del servizio commerciale e si attengono agli indirizzi volti a conseguire un razionale ed equilibrato assetto della rete distributiva. Le scelte urbanistiche dei Comuni devono tendere:

a) al rilancio della capacità attrattiva, della funzione aggregativa e sociale e della vivibilità delle aree urbane centrali di consolidata presenza commerciale, favorendo l'integrazione e la concentrazione degli esercizi commerciali di vicinato e la continuità della presenza di vetrine commerciali e di attività di servizio lungo i fronti delle strade commerciali, anche attraverso apposite normative urbanistiche di indirizzo tipologico e di controllo dei cambi di destinazione d'uso;

b) all'inserimento degli esercizi e dei centri commerciali di vicinato nell'ambito di programmi di riqualificazione urbana o di progetti di valorizzazione commerciale delle aree urbane, di cui all'articolo 12 della legge regionale, al fine di privilegiare l'insediamento di tali strutture nei centri storici e nelle aree urbane centrali;

c) a qualificare e potenziare gli assi commerciali e i nuclei di servizio esistenti nelle aree della periferia urbana caratterizzate da consolidata presenza commerciale, anche al fine di contribuire al miglioramento della vita sociale dei quartieri e alla prevenzione dei fenomeni di degrado; a tal fine vanno privilegiate le azioni di ammodernamento e razionalizzazione di medie strutture di vendita esistenti, di promozione dei centri commerciali di vicinato e di integrazione e completamento della gamma dei servizi lungo gli assi commerciali esistenti;

d) a prevedere nuovi insediamenti privilegiando le operazioni di riqualificazione urbana o di riconversione di insediamenti dismessi anche per l'incremento e la diversificazione dell'offerta commerciale, laddove ciò possa determinare effetti sinergici di rafforzamento di assi o nuclei commerciali preesistenti.

TITOLO IV

Ulteriori disposizioni attuative

Articolo 11

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

1. In attuazione dell'articolo 15 della legge regionale, al fine di richiedere l'inserimento nell'elenco dei Comuni ad economia prevalentemente turistica e delle città d'arte, la consistenza dei parametri di cui all'allegato B della legge regionale è fissata, tenuto conto dei dati resi disponibili dall'Assessorato regionale al Turismo, nelle seguenti cifre:

a) Parametri riferiti alla domanda turistica:

a.1 Arrivi su popolazione residente: 0,4;

a.2 Presenze su popolazione residente: 2,3;

a.3 Arrivi su superficie territoriale (kmq): 56;

a.4 Presenze su superficie territoriale (kmq): 324;

a.5 Presenze più popolazione residente su superficie territoriale (kmq): 461.

b) Parametri riferiti all'offerta turistica:

b.1 Capacità ricettiva (posti letto) totale su popolazione residente (per 100 abitanti): 5,9;

b.2 Strutture ricettive su popolazione residente (per 1000 abitanti): 0,4;

b.3 Unità locali attività connesse con il turismo sul totale unità locali: 1%;

b.4 addetti unità locali attività connesse con il turismo sul totale addetti unità locali: 10%.

Le attività di cui ai punti b.3 e b.4 sono quelle indicate al punto 2 dell'allegato B alla legge regionale.

2. Il Comune, dopo aver verificato la sussistenza dei requisiti sulla base di quanto disposto dall'articolo 15 della legge regionale, invia alla Giunta regionale una richiesta motivata di inserimento nell'elenco regionale; la Giunta regionale delibera su proposta dell'Assessorato regionale al Commercio, che istruisce l'esame delle richieste di inserimento pervenute.

Articolo 12

Locali di vendita.

1. I locali presso i quali si svolgono attività di vendita al pubblico debbono avere accesso diretto da area pubblica o privata qualora trattisi di cortili interni, androni, parti condominiali comuni; in quest'ultimo caso dovranno avere finestre od altre luci e insegne visibili da area pubblica.

2. È consentita l'attività di vendita su spazi privati all'aperto ed al di fuori di specifici locali di vendita, qualora:

a) essa concerna prodotti quali legnami, combustibili, materiali per l'edilizia, autoveicoli ed altri prodotti che, sulla base di usi locali, vengono detenuti e venduti all'aperto;

b) vi sia comunque un locale adiacente avente i requisiti previsti per le attività commerciali, che funga da recapito e sede dell'esercizio commerciale.

3. È vietato esercitare congiuntamente il commercio all'ingrosso ed al dettaglio nel medesimo punto di vendita. Il divieto non si applica qualora l'operatore, quale che sia il contenuto merceologico oggetto della comunicazione di cui all'articolo 7 del decreto o dell'autorizzazione di cui agli articoli 8 e 9 dello stesso, si limiti a trattare esclusivamente uno o più dei seguenti prodotti:

a) macchine, attrezzature ed articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, l'artigianato;

b) elettrodomestici, materiale elettrico ed elettronico, per telecomunicazioni;

c) colori, vernici, carta da parati, ferramenta ed utensileria;

d) articoli per impianti idraulici, a gas ed impianti igienici, nonché articoli per riscaldamento;

e) strumenti di ottica, cinefotoottica, scientifici e di misura;

f) macchine, attrezzature, mobili ed articoli vari per ufficio;

g) auto-moto-cicli e relativi ricambi ed accessori.

Articolo 13

Vendita in strutture ricettive.

1. L'attività di vendita effettuata in alberghi o in altre strutture ricettive, effettuata dal titolare delle stesse o da terzi con il suo consenso, non è sottoposta alle norme del decreto quando è effettuata nelle forme e nei limiti previsti da leggi dello Stato o disposizioni regionali relative all'attività ricettiva.

2. All'interno delle strutture ricettive è consentita, a favore dei soli soggetti alloggiati, la fornitura di guide turistiche, giornali, riviste, pellicole per uso cinematografico, audio e videocassette, cartoline e francobolli.

Articolo 14

Disposizioni in materia merceologica.

1. In conformità a quanto disposto all'articolo 26, comma 3, del decreto, la comunicazione o l'autorizzazione per un intero Settore Merceologico non esime dal rispetto delle normative specifiche in materia di vendita di particolari prodotti quali i prodotti di ottica oftalmica, erboristeria, gli oggetti preziosi, gli articoli sanitari ed ogni altro prodotto la cui vendita necessiti di ulteriori titoli o presupposti oltre a quelli generali previsti dal decreto.

2. Negli esercizi di vendita di prodotti del Settore Alimentare possono essere venduti anche i detersivi, gli articoli per la pulizia, nonché gli articoli in carta per la casa.

3. Chiunque abbia titolo a vendere al minuto prodotti agricoli e alimentari ha diritto a porre in vendita al minuto qualunque prodotto surgelato, secondo il disposto dell'articolo 1, comma 1, della legge 27 gennaio 1968, n. 32.

4. Il pane può essere venduto, nel rispetto della normativa igienico-sanitaria e specifica di tale prodotto, da qualsiasi operatore che abbia titolo a vendere i prodotti del Settore Alimentare.

5. L'operatore che, in base alla comunicazione o all'autorizzazione di cui agli articoli 7, 8 e 9 del decreto, è abilitato a porre in vendita i prodotti di uno solo dei due settori di cui all'articolo 5 dello stesso, ha facoltà di vendere, in un'unica confezione e ad un unico prezzo, anche prodotti appartenenti all'altro Settore purché il valore di mercato di questi ultimi non superi un quarto del valore di mercato dell'intera confezione.

Articolo 15

Gestione di reparto.

1. Il titolare di un esercizio commerciale organizzato su più reparti, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di prestazione del servizio impiegate, può affidare uno o più di tali reparti, perché lo gestisca in proprio per un periodo di tempo convenuto in ogni caso non inferiore ad un anno, ad un soggetto in possesso dei requisiti previsti, in relazione ai prodotti venduti nel reparto stesso.

2. L'affidamento di reparto, che non costituisce un'ipotesi di subingresso, si perfeziona con la comunicazione di essa, a cura dell'affidante, al Comune sede dell'esercizio, al registro delle Imprese presso la Camera di Commercio ed all'ufficio sull'Imposta del Valore Aggiunto.

3. Al reparto affidato si applicano le medesime disposizioni in materia di orari, chiusure e vendite straordinarie valesvoli per l'esercizio da cui è provvisoriamente ed operativamente distaccato.

Articolo 16

Misure per lo sviluppo del Commercio Elettronico.

1. La Regione promuove, in collaborazione con le Camere di Commercio e con le organizzazioni delle Imprese del Commercio, iniziative a sostegno dell'introduzione e dello sviluppo del Commercio Elettronico, al fine di garantire una crescita equilibrata del mercato elettronico, favorendo la competitività delle Aziende Commerciali e l'uso da parte di esse di tecniche di gestione di qualità, nonché tutelando gli interessi dei consumatori.

2. La Regione coordina i propri interventi con le iniziative per lo sviluppo del Commercio Elettronico promosse in sede nazionale dal Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato, in attuazione dell'articolo 21 del decreto.

(...)