

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).