



Consiglio Regionale della Puglia

4^a COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE

(Sviluppo Economico)

1.

Disegno di legge

“Principi e direttive per l’esercizio delle competenze regionali in materia di commercio

Relatore :Avv. Pietro Lospinuso



RELAZIONE

Sig. Presidente, Colleghi consiglieri,

Il decreto legislativo 31 Marzo 1998, n. 114, di riforma della disciplina del settore commerciale, come è noto, prevede una normativa basata su principi diversi rispetto a quelli previsti dalla precedente legislazione statale, che viene abrogata alla fine del periodo transitorio di un anno (24 Aprile 1999). Si tratta, in sostanza, di una legge "quadro" che fissa i principi e le norme generali nonché le finalità da perseguire, per definizione bisognevoli di traduzione attuativa da parte delle Regioni.

La nuova normativa attribuisce alle Regioni compiti e poteri, sicuramente assai più ampi ed articolati che in passato, che, pertanto, consentono di modellare gli interventi nel modo più rispondente alle specifiche esigenze del proprio sistema distributivo. Appare, tuttavia, difficile valutare a priori quali di questi strumenti si riveleranno più corretti ed efficaci, anche perché, in questo anno di transizione, il nuovo sistema normativo non ha ancora mostrato se non in piccola parte, le sue potenzialità di innovazione e gli effetti che può produrre.

Per l'attuazione della riforma del commercio in Puglia, la Giunta Regionale ha predisposto un disegno di legge con il quale propone di fornire un quadro stabile di riferimento, costituito da una serie di principi e direttive generali ad ampio respiro, destinate a durare nel tempo, e di riservare ad altri strumenti di attuazione, maggiormente duttili, il compito di garantire la continua aderenza dello strumento normativo ai mutamenti delle numerose variabili in campo.

La IV Commissione consiliare permanente ha proceduto nelle sedute del 19 e 20 u.s. all'esame della proposta della Giunta Regionale ed ha ritenuto che la stessa è corretta nella impostazione anche perché prevede un sistema d'intervento coordinato tra Regione, Province e Comuni, ciascuno con proprie funzioni ed ambiti di competenza.

Infatti :

-alla Regione è demandata, in particolare la definizione per grandi linee del futuro assetto della distribuzione sul territorio regionale ;

-le Province, dal conto loro, intervengono nell'ambito della conferenza di servizi chiamata ad esprimersi in merito al rilascio delle autorizzazioni per le medie e grandi strutture di vendita, in quanto in grado di effettuare valutazioni che travalicano il singolo territorio comunale e si riferiscono ad ambiti territoriali più estesi ;

-ai Comuni, infine spetta il compito di tradurre sul piano locale la politica regionale, sia attraverso la emanazione di atti di indirizzo (a secondo dei casi obbligatori o facoltativi) e la predisposizione di interventi integrati, come per i centri storici o le realtà minori, sia soprattutto facendosi promotori di una politica attiva di incentivazione e di sviluppo del commercio.



I numerosi emendamenti presentati dai componenti la Commissione sono rivolti ad un arricchimento delle previsioni legislative e prendono lo spunto, per lo più, per lo più dalle richieste dalle rappresentanze degli enti locali e dalle organizzazioni dei commercianti e dei consumatori formulate nel corso delle consultazioni svoltesi presso l'Assessorato all'I.C.A.

Si segnalano in particolare :

- l'emendamento formalizzato nel comma 3 dell'art. 1 del d.d.l. in virtù del quale " all'esame delle domande di autorizzazione ex lege Regionale n. 32/95 non si dà seguito.

Al riguardo la Commissione ha ritenuto che dovendosi formulare una nuova programmazione delle strutture commerciali è necessario fare chiarezza sulla situazione di partenza per le nuove previsioni. D'altro canto si è anche considerato che alle indicazioni programmatiche contenute nella legge regionale n. 32/95 il legislatore regionale ha dato una validità di quattro anni prossima alla scadenza ;

■ L'emendamento aggiuntivo inteso a regolamentare l'istituto del " subingresso nel caso di trasferimento della gestione e della titolarità di un esercizio di vendita per atto tra vivi o a causa di morte(art. 9) ;

-gli emendamenti aggiuntivi intesi a regolamentare le vendite di liquidazione e di fine stagione (artt. 17 e 18) ;

L'emendamento che ha configurato la ripartizione delle aree comunali in cinque grossi bacini di utenza coincidenti con il territorio delle cinque province , non escudendosi a priori che ad ulteriori ripartizioni in sub aree si possa dar luogo con il provvedimento amministrativo di cui all'art. 1c,2 lett a), sulla base di criteri che facciano riferimento non solo a caratteristiche socio economiche delle aree ma anche a dati statistici sulla distribuzione che rendono necessarie ed opportune delle ulteriori ripartizioni ;

■ l'emendamento di cui al c 8 dell'art 1 del d.l.l. finalizzato a dare attuazione alle misure particolari previste dall'art. 10 del d. lgs. N. 114/98, intese a favorire lo sviluppo nelle aree montane e rurali, nei centri storici e nelle aree urbane nella prima fase di applicazione del nuovo regime amministrativo. Il nuovo dettato legislativo prevede, al fine, tra l'altro :

-di consentire insediamenti di centri commerciali con superficie massima di vendita non superiore a 20.000 mq. nell'interno dei quali nessun esercizio deve superare i 10.000 mq di superficie di vendita ;

di autorizzare le grandi strutture di vendita superiori a condizioni che abbiano disponibilità di parcheggio privato nella misura di 2 mq. per ogni mq. di superficie di vendita e di una dimensione minima della sezione stradale della viabilità di riferimento di metri 15, sempre che non disti più di 100 m dall'accesso ;

-di evitare l'eccessivo carico in termini di traffico, di impatto ambientale e di impatto economico sulla rete di vendita di minore dimensione derivante dalla possibile concentrazione nelle stesse zone delle aree urbane di più grandi strutture di vendita superiori, ponendo distanze minime fra le stesse, in relazione alla popolazione residente nel comune e in misura non inferiore a 4 km per i comuni con popolazione inferiore a 200.000 abitanti ;



Consiglio Regionale della Puglia

4ª COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE

(Sviluppo Economico)

4.

- l'emendamento inteso a regolamentare le priorità in caso di domande concorrenti (art. 6) ha previsto una casistica più ampia rispetto al d.d.l. della Giunta Regionale creando un ordine di priorità tra le concentrazioni, gli ampliamenti, i trasferimenti e le nuove aperture ;
- l'emendamento in tema di parcheggi che ha praticamente riformulato il testo della Giunta prevedendo oltre alla casistica per le aree del centro storico e per le altre zone territoriali, l'esercizio di un potere di ridimensionamento da parte dei Comuni in situazione particolari.
- l'emendamento inteso a regolamentare i casi in cui l'autorizzazione all'apertura è dovuta (concentrazione di esercizi operanti nello stesso Comune).

Il d.d.l. si compone di 25 articoli suddivisi in sette titoli

Il titolo I° detta le disposizioni generali tracciando gli obiettivi, l'articolazione dell'intervento regionale, le finalità della legge.

Il titolo II° tratta della programmazione della rete distributiva attraverso una prima aggregazione delle aree comunali in aree sovracomunali coincidenti con le cinque province ;

la classificazione dei comuni in quattro classi demografiche ;

la classificazione delle medie e grandi strutture di vendita . Di seguito viene descritta la procedura di rilascio delle autorizzazioni e l'istituto del subingresso.

Il titolo III° cerca disposizioni di carattere urbanistico ;

Il titolo IV traccia le indicazioni per i comuni rilevando di quali strumenti questi debbano dotarsi per concorrere all'attuazione della riforma del commercio voluta dal d. lgs n. 114/98 ;

Il titolo V è dedicato alle vendite di liquidazione e di fine stagione ;

Il titolo VI tratta degli strumenti di qualificazione e sviluppo imprenditoriale, professionale ed economico ;

Il titolo VII, da ultimo, reca disposizioni transitorie e finali.

Sig. Presidente, Colleghi consiglieri,

avendo la Commissione nella seduta del 20 Aprile u.s espresso parere favorevole a maggioranza al disegno di legge, lo stesso, così come modificato dagli emendamenti dei membri commissari, viene sottoposto all'esame e all'approvazione di questa Assemblea .



Consiglio Regionale della Puglia

4^a COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE
(Sviluppo Economico)

5.

IV^a COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE
decisione n.90 del 20/04/99

1. La IV^a Commissione ha esaminato nella/e seduta/e del 15/19 e 20 Aprile 99 i seguenti atti assegnati dalla Presidenza del Consiglio Regionale, rispettivamente in data 08/04/99
Disegno di legge "Principi e direttive per l'esercizio delle competenze regionali in materia di commercio" (n.a.c. 331/A)

2. Dopo ampia discussione, la IV^a Commissione decide di esprimere parere favorevole a maggioranza sugli atti di cui al punto 1., nel testo di cui all'allegato che costituisce parte integrante della presente decisione.

3. La IV^a Commissione, altresì, esprime le seguenti raccomandazioni:-----

4. La presente decisione è stata adottata con il seguente voto dei Commissari:

FAVOREVOLI: Salamino, Rinaldi, Cera, Lospinuso, Adduci, Caruso, Tateo, Frisullo (sost. Colangelo)

CONTRARI: _____

DI ASTENSIONE: Gualtieri.

ASSENTI AL MOMENTO DEL VOTO: Pellegrino (sost. Morra), Festinante.

5. La IV^a Commissione ha designato quale relatore il Commissario: Pietro Lospinuso.

IL PRESIDENTE
(Angelo Salamino)



Disegno di legge: "Principi e direttive per l'esercizio delle competenze regionali in materia di commercio"

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. 114/1998, il Consiglio Regionale approva due provvedimenti contenenti:
 - a) indirizzi e criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita, nonché ulteriori direttive ai Comuni in materia di urbanistica commerciale e per l'esercizio delle loro funzioni;
 - b) norme e direttive in materia di commercio su aree pubbliche, ai sensi dell'art. 28, commi 12 e 13, del d. lgs. n. 114/98.
3. All'esame delle domande di autorizzazione ex legge regionale 2.5.1995, n.32, corredate a norma alla data del 16 gennaio 1998, non si dà seguito.
4. Il Consiglio regionale provvede con appositi atti, da emanarsi entro novanta giorni dalla entrata in vigore della presente legge, agli adempimenti di cui alla lettera a) e b) del comma 2.
5. Gli indirizzi, i criteri e le direttive hanno durata di tre 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, anche con riferimento alla fase di programmazione precedente.
6. Le norme di programmazione relative a ciascuna fase hanno efficacia fino all'entrata in vigore della nuova norma programmatica.
7. I provvedimenti attuativi di cui al comma 2, sono adottati a seguito di parere obbligatorio delle rappresentanze degli enti locali e previa consultazione delle



organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio maggiormente rappresentative a livello regionale. Si dà altresì adeguata informazione alle organizzazioni sindacali dei lavoratori.

8. Al fine di consentire l'attuazione delle misure previste nell'art.10 del d.lgs.114/1998, quali:

- a) favorire lo sviluppo della rete commerciale nelle aree montane e rurali;
- b) riqualificare la rete distributiva e rivitalizzare il tessuto economico, sociale e culturale dei centri storici;
- c) consentire una equilibrata e graduale evoluzione delle piccole e medie imprese esistenti nelle aree urbane, nella prima fase di applicazione del nuovo regime amministrativo, il provvedimento di cui alla lettera a) del comma 2 dell'art.1, indica gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita relativi alla stessa prima fase di applicazione del nuovo regime amministrativo, tenendo conto della necessità di un graduale inserimento di nuove grandi strutture di vendita.

Per tale fine, in relazione alla presenza ed allo sviluppo delle grandi strutture di vendita di cui al successivo art.5, si stabilisce quanto segue:

a1) di consentire insediamenti di centri commerciali con superficie massima di vendita non superiore a 20.000 mq., nell'interno dei quali nessun esercizio deve superare i 10.000 mq. di superficie di vendita;

a2) di consentire in ciascuna area, corrispondente alla provincia, la presenza di strutture di vendita superiori sulla base di un rapporto equilibrato con la popolazione residente, comprendendo in tale rapporto anche gli eventuali trasferimenti e concentrazioni di esercizi esistenti;

a3) di dare priorità agli ampliamenti delle grandi strutture di vendita esistenti rispetto alle richieste di nuovi insediamenti;

a4) di autorizzare le grandi strutture di vendita superiori nel settore alimentare o misto, solo se attivano un centro commerciale;

a5) di garantire il servizio distributivo su tutto il territorio regionale, evitando l'eccessiva concentrazione di grandi strutture di vendita superiori in ambiti territoriali ristretti ed a ridosso delle aree a maggiore densità abitativa;

a6) di evitare l'eccessivo carico in termini di traffico, di impatto ambientale e di impatto economico sulla rete di vendita di minore dimensione derivante dalla possibile concentrazione nelle stesse zone delle aree urbane di più grandi strutture di vendita superiori, ponendo distanze minime tra le stesse, in relazione alla popolazione residente nel Comune;

a7) di autorizzare le grandi strutture di vendita superiori a condizione che abbiano disponibilità di parcheggio privato nella misura di 2 mq per ogni mq di superficie di vendita e di una dimensione minima della sezione stradale della viabilità di riferimento di 15 metri, sempre che non disti più di 100 metri dall'accesso.

**Art. 2
(Finalità)**

1. Tenuto conto delle caratteristiche del sistema distributivo della Puglia, la presente legge e i provvedimenti attuativi previsti al precedente art.1 perseguono, ciascuno per il proprio ambito di intervento, le seguenti finalità:
 - a) la gradualità del passaggio al nuovo assetto normativo previsto dal d.lgs. 114/98 attraverso la promozione dei processi di ristrutturazione e riconversione delle attività commerciali in essere;
 - b) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
 - c) lo sviluppo della rete distributiva secondo criteri di efficienza e modernizzazione, promuovendo l'evoluzione tecnologica dell'offerta e il pluralismo delle diverse tipologie e forme di vendita, anche al fine del contenimento dei prezzi;
 - d) l'equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali in rapporto con l'uso del suolo e delle risorse territoriali, in raccordo con le disposizioni della legge regionale 31 maggio 1980, n. 56 in materia di tutela del territorio e della deliberazione della Giunta regionale del 13 novembre 1989, n.6320, relativa ai criteri per la formazione degli strumenti urbanistici e per il calcolo del fabbisogno residenziale e produttivo;
 - e) il riequilibrio territoriale della presenza delle medie e grandi strutture di vendita attraverso l'articolazione della programmazione per aree sovracomunali;
 - f) il concorso alla valorizzazione delle produzioni tipiche pugliesi, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale e, in special modo, alla conservazione e rivitalizzazione dei centri storici;
 - g) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree rurali, montane e nei Comuni minori, con particolare riferimento a quelli con minore dotazione di servizio;
 - h) il graduale riordino del commercio su aree pubbliche, indirizzandolo verso un sistema di gestione che ne faciliti l'integrazione con il commercio in sede fissa e che favorisca lo sviluppo delle forme consorziali tra operatori;
 - i) 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;
 - j) la qualificazione e l'aggiornamento professionale degli operatori commerciali, con particolare riguardo ai titolari di piccole e medie imprese;
 - k) la predisposizione di un sistema di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva regionale, attraverso il coordinamento operativo tra Regione, Comuni e Camere di commercio per la gestione dei flussi informativi;
 - l) la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, anche attraverso un sistema decisionale coordinato tra le Regioni, le Province, i Comuni e le Camere di commercio.

11

**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 ne garantiscano un equilibrato sviluppo nel territorio, le aree sovracomunali configurabili come unico bacino di utenza sono identificate nel territorio delle cinque province.

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.

2. Ai Comuni delle Classi I e II si applicano i limiti dimensionali superiori, tra quelli previsti dall'art.4, comma 1, lettere d), e), ed f), del d.lgs 114/1998; ai Comuni delle Classi III e IV si applicano i limiti inferiori.
3. Al fine di favorire il decongestionamento dei Comuni di maggiore dimensione e la rivitalizzazione dei centri storici, in deroga al disposto del comma precedente, si applicano in ogni caso i limiti dimensionali previsti per i Comuni delle classi I e II:
 - a) nei centri storici;
 - b) nei Comuni fino a 10.000 abitanti confinanti con Comuni superiori a 50.000 abitanti, a condizione che appartengano alla medesima provincia.
4. La Giunta regionale individua ulteriori Comuni o loro parti in cui applicare i limiti dimensionali degli esercizi commerciali in deroga al criterio di consistenza demografica, su proposta avanzata dalle Province.



Art. 5

(Classificazione delle medie e grandi strutture di vendita)

1. Nel rispetto dei limiti dimensionali degli esercizi previsti all'art. 4 del d.lgs. 114/1998, ai fini di una più puntuale programmazione, le medie e le grandi strutture, in relazione alla superficie di vendita utilizzata, si suddividono nelle seguenti tipologie:
 - a) - Medie strutture inferiori (M1) - con superficie di vendita compresa tra 151 e 600 mq. nei Comuni delle classi III e IV; con superficie compresa tra 251 e 900 mq. nei Comuni delle classi I e II;
 - b) - Medie strutture superiori (M2) - con superficie compresa tra 601 e 1500 mq. nei Comuni delle classi III e IV; con superficie compresa tra 901 e 2500 mq. nei Comuni delle classi I e II;
 - c) - Grandi strutture inferiori (G1) - con superficie compresa tra 1501 e 4500 mq. nei Comuni delle classi III e IV; con superficie compresa tra 2501 e 7500 mq. nei Comuni delle classi I e II;
 - d) - Grandi strutture superiori (G2) - con superficie di vendita maggiore di 4500 mq. sino a 7500 mq. nei Comuni delle classi III e IV; con superficie maggiore di 7500 mq. sino a 10.000 mq. nei Comuni delle classi I e II.
2. Le medie e le grandi strutture di vendita, 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.
3. I centri commerciali, come definiti dall'art. 4, comma 1, lettera g), del d.lgs. 114/1998, necessitano:
 - a) di autorizzazione per il centro come tale, in quanto media o grande struttura di vendita, che è richiesta dal suo promotore o, in assenza, congiuntamente da tutti i titolari degli esercizi commerciali che vi danno vita, purchè associati per la creazione del centro commerciale;
 - b) di autorizzazione o comunicazione, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.



Art. 6

(Priorità per il rilascio delle autorizzazioni)

1. In caso di domande concorrenti per l'apertura di una media o grande struttura di vendita è stabilito il seguente ordine di priorità nell'esame delle domande:
 - a) concentrazione di preesistenti esercizi di vicinato e medie strutture di vendita in attività da almeno 1 anno purchè sussistano le seguenti condizioni:
 - a 1) l'assunzione dell'impegno di reimpiegare il relativo personale dipendente;
 - a 2) 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, secondo la classificazione di cui al precedente art. 5;
 - a 3) 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% della superficie alimentare richiesta per la nuova struttura e la domanda sia corredata da impegno di reimpiego del personale;
 - a 4) trattandosi di realizzazione di una nuova struttura non alimentare il richiedente abbia partecipato ad uno dei corsi di cui al successivo comma 8 o sia comunque in possesso del requisito di adeguata qualificazione ai sensi del successivo comma 7;
 - b) ampliamento;
 - c) trasferimento;
 - d) nuova apertura di esercizio del settore non alimentare richiesta da soggetto che ha frequentato un corso di formazione professionale per il commercio regolarmente riconosciuto previsto dal comma 9 dell'art. 5 del d.lgs. 114/1998 o è in possesso di adeguata qualificazione;
 - e) nuova apertura.
2. 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 dall'art. 10 del d.lgs. 114/1998, per usufruire di agevolazioni o di automatismi all'apertura o all'ampliamento di medie o grandi strutture di vendita, si applicano le disposizioni del presente articolo.
3. L'onere del reimpiego del personale si intende assolto, quale che sia l'esito della trattativa di assunzione, qualora l'istanza di apertura o di ampliamento di esercizi sia accompagnata da proposta formale, indirizzata all'impresa da accorpare o concentrare, di assunzione in prova del personale in essa operante.
4. L'accettazione della proposta di assunzione, nel termine di 90 giorni, può intervenire da parte del titolare stesso dell'esercizio da concentrare o accorpare o da parte di altro personale dell'impresa, con l'assenso del titolare.



Consiglio Regionale della Puglia

4ª COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE

(Sviluppo Economico)

5. L'assunzione dei lavoratori interessati al reimpiego e le relative condizioni e modalità, nonché la cessazione con esito negativo del periodo di prova, sono oggetto di trattativa sindacale tra le organizzazioni sindacali dei lavoratori e l'impresa proponente.
6. I corsi di qualificazione che costituiscono titolo per usufruire delle priorità nel rilascio di autorizzazioni sono quelli previsti all'art. 5, comma 9, del d.lgs. 114/1998.
7. 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.
8. 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. 7**

(Concentrazioni ed accorpamenti di esercizi autorizzati ai sensi della legge n. 426/71 per la vendita di beni di largo e generale consumo)

1. Sono sempre concesse:

- a) l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita mediante concentrazione di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune ed autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426, per la vendita di generi di largo e generale consumo. La superficie massima di vendita del nuovo esercizio deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti, secondo il dettato del d.lgs. 114/98, per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati;
- b) l'autorizzazione all'ampliamento di una media struttura di vendita mediante concentrazione o accorpamento di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune ed autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426, per la vendita di generi di largo e generale consumo. La superficie massima dell'ampliamento deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti, secondo il dettato del d.lgs. 114/1998, per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati, e delle superfici delle medie strutture concentrate o accorpate;
- c) l'autorizzazione all'ampliamento di una grande struttura di vendita esistente mediante concentrazione o accorpamento di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune ed autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426, per la vendita di generi di largo e generale consumo. La superficie massima dell'ampliamento deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti, secondo il dettato del d.lgs. 114/1998, per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati, e delle superfici delle medie e grandi strutture concentrate o accorpate.

L'ampliamento di cui alle precedenti lettere b) e c), non comporta variazioni al settore merceologico dell'esercizio.

Quanto previsto nel presente comma è consentito anche nell'ipotesi del centro commerciale.

- 2) Il rilascio dell'autorizzazione prevista nel precedente comma 1, comporta la revoca dei titoli autorizzatori relativi ai preesistenti esercizi.



Art. 8

(Procedura di rilascio delle autorizzazioni per le grandi strutture di vendita)

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. 114/1998, 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 sull'iniziativa proposta, contenente le previsioni occupazionali per la nuova struttura e una valutazione d'impatto sulla rete di vendita esistente 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. 114/1998 o degli elementi di cui al comma precedente il Comune, entro dieci giorni dal loro ricevimento, invita l'interessato a procedere alla loro integrazione o regolarizzazione nel termine di trenta 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 Provincia nel corso dello stesso mese.
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, lettera a).



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 dell'autorizzazione é subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Alla conferenza partecipano, a titolo consultivo, i rappresentanti dell'ANCI, delle organizzazioni dei consumatori e dei commercianti.
8. Al fine di una puntuale valutazione dello sviluppo omogeneo del territorio, l'Osservatorio regionale del commercio, nell'ambito della conferenza di 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. 20.
9. L'Assessorato regionale specifica gli elementi informativi che il Comune dovrà 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. Il titolare di un esercizio commerciale organizzato in più reparti in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di vendita può affidare uno o più reparti, perchè lo gestisca in proprio per il periodo di tempo convenuto, ad un soggetto in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del d.lgs. 114/1998, dandone comunicazione alla Camera di Commercio e al Comune. Qualora non abbia provveduto a tali comunicazioni risponde dell'attività del soggetto stesso. Questi, a sua volta, deve dare comunicazione al Comune ed alla Camera di Commercio. La fattispecie non costituisce caso di sub-ingresso.

**Art. 9
(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 114/1998.
2. La domanda di subingresso è presentata, pena la decadenza, entro un anno dalla morte del titolare o entro sessanta giorni dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio.
3. In caso di morte del titolare, l'autorizzazione è reintestata all'erede o agli eredi che ne facciano domanda, purché gli stessi abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'articolo 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società di persone, sempre che abbiano i requisiti di cui all'art. 5 del decreto.
4. Qualora si tratti di esercizi relativi al settore merceologico alimentare, gli eredi reintestatari dell'autorizzazione che ne siano sprovvisti, devono acquisire i requisiti professionali di cui all'art. 5 del d.lgs. n. 114/1998 entro sei mesi dalla reintestazione.

**Art. 10****(Commercio su aree pubbliche)**

1. Il provvedimento attuativo in materia di commercio su aree pubbliche, di cui all'art. 1, comma 2, lettera b), raccoglie in modo organico la disciplina normativa del settore, in modo da costituire un riferimento normativo univoco.
2. La disciplina in materia si ispira ai seguenti principi:
 - a) indirizzo dell'evoluzione del commercio su aree pubbliche nella Regione, con la facoltà di fissare parametri di sviluppo, con particolare riguardo ai mercati, ed in relazione alla consistenza dell'offerta al dettaglio in sede fissa;
 - b) promozione di una ampia rispondenza tra le esigenze del consumatore e l'offerta, anche attraverso la previsione di una pluralità di manifestazioni fieristiche e mercatali, compresi fiere e mercati specializzati o con articolazione merceologica;
 - c) riequilibrio del territorio mediante l'indicazione di criteri e parametri per l'istituzione, la modifica e la soppressione di fiere e mercati;
 - d) rilevanza prioritaria della riqualificazione e del potenziamento dell'offerta esistente;
 - e) previsione di ampi poteri organizzatori da parte dei Comuni, con redazione, a seconda dei casi obbligatoria o facoltativa, di un piano per il commercio su aree pubbliche, accompagnato da eventuali regolamenti di fiera o mercato.



TITOLO III
Disposizioni di carattere urbanistico

Art. 11
(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 minimi di seguito indicati oltre quelli di legge statale.

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

- a) per gli esercizi di vicinato ubicati nelle aree di centro storico, nella misura stabilita nei piani di parcheggi dei Comuni che, in ogni caso, non può superare 0,5 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 seguente per ogni mq di superficie di vendita:

Superficie di vendita	Settore alimentare o misto	Settore non alimentare
- fino a 1500 mq	1 mq	0,8 mq
- da 1500 a 2500 mq	1,5 mq	1 mq
- oltre 2500 mq	2 mq	1,5 mq

c) la disciplina di cui al precedente capoverso resta sostituita dal piano comunale parcheggi per i comuni che lo abbiano adottato.

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

4. 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;



19

- c) aree interessate all'operatività di programmi integrati per la rivitalizzazione della rete degli esercizi di vicinato e per la riqualificazione ambientale, zone di interesse turistico e zone interessate da attività commerciali di carattere stagionale;
- d) centri storici.

**Art. 12****(Correlazione tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale)**

1. Al fine di quanto disposto dall'art. 6, comma 2, lettera d), del d. Lgs. 114/1998, 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 30 giorni dal rilascio delle autorizzazioni amministrative al commercio, al termine del procedimento previsto rispettivamente agli artt. 8 e 9 del d.lgs. 114/1998.
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, rilasciato dai competenti uffici comunali.
3. L'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata soltanto in conformità agli strumenti di pianificazione territoriale, paesistica e urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standards urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento.

**TITOLO IV**
Indicazioni ai Comuni**Art. 13****(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 al precedente art. 1, comma 2, lettera a), entro 120 giorni dall'entrata in vigore di quest'ultime, 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 ed alla cui approvazione è in ogni caso subordinato il rilascio di autorizzazione per le medie strutture superiori di tipo M2;
 - 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. 114/1998, 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 e comunque non oltre il termine previsto dall'art. 10, comma 1, lettera c), del d. lgs. 114/1998, 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 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.

**Art. 14****(Sviluppo e promozione dei centri storici)**

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. Al fine di conseguire un'efficace politica di sviluppo e promozione dei centri storici nelle indicazioni di cui al precedente art. 1, comma 2, lettera a), sono specificati i contenuti e le modalità di esercizio dei maggiori poteri da attribuire ai Comuni in tali ambiti territoriali. Detti poteri comprendono le facoltà di intervento in materia merceologica e di compatibilità già previste dall'art. 4 del decreto legge 9 dicembre 1986, n. 832, convertito con modificazioni dalla legge 6 febbraio 1987, n. 15, nonché la possibilità di operare interventi in materia merceologica e qualitativa, anche prevedendo incentivi, marchi di qualità o di produzione regionale, facilitazioni in materia di orari, apertura, vendite straordinarie e di occupazione di suolo pubblico nelle aree attigue ai pubblici esercizi.
3. I Comuni, ravvisandone l'opportunità ai fini di una migliore articolazione dei propri interventi di promozione e rivitalizzazione, possono, con provvedimento motivato, estendere, in tutto o in parte, l'uso degli incentivi e della strumentazione previsti per i centri storici a fasce ad essi limitrofe che presentino analoghe caratteristiche socio-economiche e commerciali o di richiamo turistico.
4. I Comuni possono emanare disposizioni particolari a tutela del patrimonio storico, artistico o ambientale e disporre misure di agevolazione tributaria e sostegno finanziario.



Art. 15

(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 ed insulari, individuati con atto della Provincia ove gli stessi ricadono, i Comuni possono dotarsi di appositi strumenti di promozione e sviluppo, comprendenti la possibilità di realizzazione di centri polifunzionali di servizio.
2. 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 pugliesi;
 - b) servizi per la promozione del territorio;
 - c) attività di pubblico esercizio, di vendita di giornali, di servizi di informazione e telecomunicazione, compresi servizi pubblici e di interesse pubblico da affidare in convenzione.
3. Per i centri polifunzionali possono essere previste:
 - a) l'esenzione da vincoli di orario o di chiusura domenicale e festiva;
 - b) l'esenzione da tributi locali e regionali.
4. I centri polifunzionali sono promossi curando la massima accessibilità all'utenza e la loro collocazione anche al servizio di più centri abitati circostanti. Della loro presenza è data idonea informazione agli utenti, anche mediante segnalazione a distanza con apposita segnaletica stradale.
5. Ai centri polifunzionali è dato riconoscimento con provvedimento comunale comunicato alla Regione.
6. La Regione può intervenire con finanziamenti volti ad agevolarne la costituzione e il funzionamento.
7. I Comuni possono procedere all'autointestazione e contestuale cessione di azienda a terzi di attività commerciali, assunte per finalità di servizio alla collettività.
8. Con appositi provvedimenti, la Giunta regionale definisce gli ulteriori adempimenti necessari all'applicazione del presente articolo.

**Art. 16****(Orari di apertura degli esercizi nei Comuni turistici e nelle città d'arte)**

1. In materia di orari, giorni e turni di apertura delle attività commerciali, il provvedimento di cui al precedente art. 1, comma 2, lettera a), stabilisce i criteri per l'individuazione dei Comuni ad economia prevalentemente turistica, delle città d'arte, prevedendo che essa avvenga su istanza dei Comuni stessi.
2. I Comuni, sentite le locali organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e del turismo e dei lavoratori dipendenti, possono individuare le zone del territorio e i periodi di maggiore afflusso turistico nei quali gli esercenti possono esercitare la facoltà di cui al comma 1 dell'art. 12 del d.lgs. 114/1998.

**TITOLO V****Vendite di liquidazione e di fine stagione****Art. 17****(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 esecuzione dei lavori con elenco dettagliato degli stessi comunicato all'ufficio Urbanistico del Comune. L'esecuzione dei lavori va poi comprovata dalla dichiarazione di fine lavoro dall'impresa esecutrice e dalla sua fattura. I tempi di lavoro di ristrutturazione devono essere minimo 10 giorni;
 - 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;
 - f) le merci poste in vendita distinte per voce merceologica, qualità e prezzo praticato prima della liquidazione e sconto in percentuale con il quale si intendono offrire le stesse.
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.
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.



Consiglio Regionale della Puglia

4ª COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE

(Sviluppo Economico)

4. Per cessazione dell'attività è da intendersi anche la cessazione di uno dei due settori merceologici per i quali l'esercizio è abilitato alla vendita.
5. Dalla data di inizio delle vendite di liquidazione è fatto assoluto divieto di introdurre nei locali di vendita e nelle pertinenze dello stesso altre merci del genere per le quali viene effettuata la liquidazione. Il divieto interessa sia le merci in acquisto che in conto deposito.
6. E' fatto assoluto divieto dell'utilizzo della dizione " vendite fallimentari" o di fare qualsiasi riferimento, anche come termine di paragone, a procedure fallimentari e simili nel pubblicizzare le vendite di liquidazione.
7. Le disposizioni del presente articolo non si applicano alle vendite disposte dalla autorità giudiziaria a seguito di esecuzione forzata.

**Art. 18****(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 maggiormente rappresentative.
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.
4. Le vendite di fine stagione o saldi debbono essere presentate al pubblico come tali e possono essere effettuate solamente dal 7 gennaio al 7 marzo e dal 10 luglio al 10 settembre.
5. Le merci offerte a prezzi di saldo devono essere separate in modo chiaro ed inequivocabile da quelle che eventualmente siano contemporaneamente poste in vendita alle condizioni normali. Nel caso tale separazione non fosse possibile queste ultime non possono essere poste in vendita. Nel caso che per una stessa voce merceologica si praticino più prezzi di vendita secondo la varietà degli articoli, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più basso e quello più alto con lo stesso rilievo tipografico. Nel caso in cui venga indicato un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce merceologica dovranno essere venduti a tale prezzo.

**Art. 19****(Disposizioni comuni per vendite di liquidazione e saldi)**

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. Le merci offerte in vendita straordinaria debbono essere nettamente separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie. In mancanza di separazione tutte le merci esposte debbono essere vendute alle condizioni più favorevoli previste per la vendita straordinaria, salvo il caso in cui le stesse non possano essere oggetto di essa.
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. Durante il periodo di vendita di fine stagione o di liquidazione è ammesso vendere solo merci già presenti nell'esercizio, con divieto di introdurne di nuove, sia acquistate sia in conto deposito.
7. 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.
8. La pubblicità relativa alle vendite di cui ai precedenti articoli deve essere impostata in maniera non ingannevole per il consumatore, deve contenere gli estremi della comunicazione e la durata della iniziativa. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi affermazione in essa contenuta in merito alla qualità ed ai prezzi.
9. I prezzi pubblicizzati devono essere praticati nei confronti di qualsiasi compratore, senza limitazioni e senza abbinamento di vendita, fino all'esaurimento delle scorte. In caso di esaurimento di scorte relativo ad alcuni prodotti, il pubblico deve essere portato a conoscenza con avviso ben visibile all'esterno del locale. Gli organi della



vigilanza possono effettuare controlli per verificare se le scorte siano effettivamente esaurite.

10. Gli organi di vigilanza possono effettuare controlli presso i punti di vendita, avvalendosi di periti ed esperti iscritti negli albi presso i competenti tribunali, appositamente incaricati.

11. Per le violazioni delle disposizioni di cui al presente articolo ed ai precedenti articoli sulle vendite di liquidazione e sui saldi i Comuni prevedono la stessa sanzione di cui al comma 3 dell'art.22 del d.lgs. 114/1998. Nei casi di recidiva il Sindaco dispone la chiusura del punto vendita per un periodo non superiore a venti giorni.

**TITOLO VI****Strumenti di qualificazione e sviluppo imprenditoriale,
professionale ed economico****Art. 20****(Osservatorio regionale del commercio)**

1. In attuazione dell'art. 6, comma 1, lettera g), del d.lgs 114/1998, è istituito l'Osservatorio regionale del commercio.
2. L'Osservatorio regionale opera in raccordo con l'Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, al fine di garantire la realizzazione del sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva.
3. L'Osservatorio regionale persegue le finalità:
 - a) realizzare un sistema informativo della rete distributiva con la collaborazione dei Comuni, per l'utilizzazione dei dati contenuti nella modulistica relativa alle comunicazioni, alle autorizzazioni e alle denunce all'Ufficio del registro delle imprese;
 - b) valutare l'andamento delle problematiche della distribuzione commerciale nella Regione, con particolare riguardo ai processi derivanti dall'entrata in vigore della riforma di settore;
 - c) fornire le basi conoscitive per la programmazione regionale nel settore del commercio;
 - d) valutare il grado di attuazione e l'efficacia degli interventi regionali in materia di commercio;
 - e) promuovere l'acquisizione, l'elaborazione e la diffusione delle statistiche per una migliore conoscenza del settore della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alla struttura dell'offerta, alla diffusione delle forme associative e alla consistenza ed articolazione delle associazioni di categoria;
 - f) diffondere l'informazione sui programmi comunitari e nazionali che contempiono il coinvolgimento di imprese commerciali o loro forme consortili.
4. Il sistema informativo regionale del commercio è finalizzato alla valutazione della consistenza e della evoluzione delle caratteristiche strutturali della rete distributiva al dettaglio, alla comparazione del fenomeno distributivo tra le varie parti del territorio e con la rete distributiva nazionale.
5. Le modalità per l'organizzazione e il funzionamento dell'osservatorio regionale, nonché le procedure, i criteri e le modalità di partecipazione dei rappresentanti degli enti locali, delle autonomie funzionali, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti sono stabilite con apposito provvedimento attuativo, da emanare entro novanta giorni dall'approvazione della presente legge.



Art. 21

(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, in via prioritaria, mediante apposita convenzione di affidamento, dai seguenti soggetti:
 - a) le Camere di commercio e le strutture di formazione da esse promosse;
 - b) le Associazioni di categoria del commercio legalmente costituite a livello regionale e gli enti di formazione dalle stesse istituiti;
 - c) le strutture incaricate dell'attività di assistenza tecnica di cui al successivo art. 22.
4. Con apposito provvedimento attuativo della Giunta Regionale sono stabiliti:
 - 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, debbono aver luogo innanzi ad una unica commissione per ciascuna provincia e consistere in una prova scritta ed in un colloquio;
- d) la composizione della commissione d'esame di cui alla precedente lettera c);
- e) ogni altro aspetto organizzativo o regolamentare indicato ai commi 7 e 9 dell'art. 5 del d.lgs 114/98 che fosse opportuno disciplinare o integrare, compresi criteri e direttive per l'organizzazione di corsi facoltativi di aggiornamento.



Art. 22

(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 sono definiti:
 - a) i requisiti affinché centri istituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria, possano essere autorizzati a svolgere attività di assistenza tecnica riconosciuta ai sensi dell'art. 23 del d.lgs 114/98;
 - 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 n. 269 del 17 novembre 1998, a valere sul fondo di cui all'art. 16, comma 1, della legge 7 agosto 1997, n. 266;
 - d) i criteri per la certificazione di qualità degli esercizi commerciali;
 - e) ogni altra disposizione necessaria alla sollecita istituzione e funzionamento dei Centri di assistenza tecnica.



TITOLO VII
Disposizioni transitorie e finali

Art. 23
(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 esistente 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, finalizzati all'emanazione dei provvedimenti comunali di cui all'art. 13, 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;
 - d) ad inoltrare alla Giunta regionale motivata istanza di inserimento del proprio territorio o di alcune sue parti nel novero di quelli a prevalente economia turistica o costituenti città d'arte.
2. Non appena approvati dal Consiglio regionale gli indirizzi e criteri per la programmazione di cui al precedente art. 1, comma 2, lettera a) 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. 114/98, tenendo anche conto di eventuali scadenze previste dal provvedimento di approvazione del Piano Urbanistico Territoriale qualora adottato nel suddetto termine.
4. Fino a quando non si sarà provveduto all'individuazione dei comuni ai fini dell'art. 12 del d.lgs. 114/98, restano in vigore le disposizioni emanate in materia dai comuni ai sensi dell'art. 3 della legge 28 luglio 1971, n. 558, senza facoltà di emanarne altre.
5. 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. 13.



Consiglio Regionale della Puglia

4ª COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE

(Sviluppo Economico)

6. Fino a quando non sarà stato emanato il provvedimento in materia di formazione di cui al precedente art. 21 comma 4, i corsi di qualificazione per il settore alimentare di cui all'art. 5 del d. lgs 114/1998, possono essere effettuati dai medesimi soggetti e con le medesime modalità con cui erano effettuati i corsi per la qualificazione al Registro Esercenti il Commercio per il settore alimentare.

**Art. 24
(Sanzioni)**

La violazione delle disposizioni regionali previste negli strumenti attuativi è sanzionata sulla base degli articoli del d.lgs. 114/98 ai quali le stesse sono riconducibili. Negli altri casi gli strumenti attuativi possono disporre la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 500.000 a lire 3.000.000.



Art. 25
(Disposizioni finanziarie)

Eventuali spese per l'attuazione degli interventi di cui alla presente legge restano subordinate alla messa a disposizione dei relativi fondi ai sensi del comma 6 dell'art.19 del d.lgs. 112/98.