

REGIONE UMBRIA - LEGGE REGIONALE 3 agosto 1999, n. 24
Disposizioni in materia di commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114
(B.U.R. n. 44, 11 agosto 1999)

TITOLO I
DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 (Oggetto)

1. La presente legge disciplina il commercio in attuazione dei principi dettati dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

Art. 2 (Definizioni)

1. Ai fini della presente legge si intendono:

a) per decreto, il D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 sulla riforma della disciplina del commercio;

b) per esercizi non di vicinato, le medie, le grandi strutture di vendita ed i centri commerciali superiori alle soglie degli esercizi di vicinato di cui all'art. 4, comma 2, lettera d) del decreto;

c) per anni di attività di un esercizio commerciale, il periodo di tempo, espresso in anni interi, decorso dal momento del rilascio dell'autorizzazione all'apertura dell'esercizio, indipendentemente da eventuali interruzioni di attività o mutamenti di titolarità;

d) per personale dipendente di esercizi accorpati o concentrati, ai fini delle priorità e degli automatismi di cui all'art. 10, commi 2 e 3, del decreto, non solo i dipendenti in senso stretto, ma anche i titolari, i coadiutori ed i soci lavoratori legati all'impresa da rapporto di lavoro, a tempo pieno o par-time, purché regolarmente costituito in conformità alle vigenti disposizioni in materia;

e) per rilocalizzazione di una grande struttura di vendita, la cessazione di una iniziativa commerciale in un Comune con rinuncia e riconsegna dell'autorizzazione ed il contestuale rilascio di nuova autorizzazione in altro Comune della medesima zona ad alta densità commerciale;

f) per centro storico di un Comune o di una frazione, l'area a tal fine individuata nello strumento urbanistico generale del Comune o con ulteriore atto del Consiglio comunale o, in attesa di tale individuazione, l'area compresa entro le mura storiche, o corrispondente al nucleo storico della città o frazione laddove dette mura non esistono;

g) per comuni a vocazione turistica, città d'arte e loro parti del territorio di rilevanza turistica, i comuni e le parti di essi individuate sulla base dei criteri previsti dall'articolo 26; [1]

h) per superficie di vendita di un esercizio di vicinato, di una media o di una grande struttura di vendita e di un centro commerciale, 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.

h-bis) per prodotto tipico un prodotto le cui caratteristiche o processi di lavorazione risultano consolidati nel tempo e legati a particolari luoghi geografici che per le loro peculiarità ambientali, sociali e storiche ne fanno un qualcosa di unico nel genere, con una differenziazione qualitativa riconosciuta a livello locale. [2]

1-bis. La superficie di vendita autorizzata degli esercizi che hanno ad oggetto esclusivamente la vendita di beni ingombranti, non immediatamente asportabili ed a consegna differita, come autoveicoli, mobili, materiale edile, legnami, materiale idro-termo-sanitario e simili, viene convenzionalmente computata in misura pari al dieci per cento della superficie complessiva su cui si può vendere lo specifico genere. La disposizione diviene operativa una volta recepita negli appositi strumenti di programmazione commerciale comunale nei quali, sulla base della valutazione degli usi locali, le amministrazioni comunali possono integrare le merceologie oggetto di intervento. Per usufruire di tale agevolazione l'istante deve presentare specifica piantina planimetrica dell'esercizio dalla quale si rilevi la parte di superficie convenzionale attribuita al genere merceologico autorizzato. [3]

(1) Lettera sostituita dall'art. 1, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Lettera aggiunta dall'art. 1, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma aggiunto dall'art. 1, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 3 (Classificazione dei Comuni)

1. Ai fini dell'applicazione dei limiti dimensionali di cui all'art. 4, comma 1, lettere d), e) ed f) del decreto, nonché di ogni altra disposizione contenuta nella presente legge che faccia riferimento a categorie dimensionali-economiche dei Comuni, gli stessi sono suddivisi nelle seguenti classi:

- Classe I - Comprendente i Comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti;
- Classe II - Comprendente i Comuni con popolazione compresa tra 10.000 e 50.000 abitanti;
- Classe III - Comprendente i Comuni con popolazione compresa tra 3.000 e 10.000 abitanti;
- Classe IV - Comprendente i Comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti.

2. Ai comuni delle Classi I e II si applicano i limiti dimensionali superiori, tra quelli previsti per le medie e grandi strutture di vendita, all'art. 4, comma 1 lettere d), e) ed f) del decreto; ai Comuni delle Classi III e IV si applicano i limiti inferiori.

3. In attuazione di quanto disposto dall'art. 10, comma 4, del decreto, al fine di promuovere la rivitalizzazione dei centri storici anche mediante l'inserimento di attività di servizio alla popolazione residente e che fungano da elemento di richiamo e di propulsione per altre attività commerciali, anche dei Comuni appartenenti alle classi III e IV, trovano applicazione i limiti dimensionali superiori delle tipologie di esercizio, tra quelli previsti dall'art. 4, comma 1, lettere d), e) ed f) del decreto.

4. Ai fini del presente articolo la popolazione da considerare è quella registrata dal servizio anagrafico del Comune al 31 dicembre di ogni anno.

Art. 4 (Classificazione delle strutture di vendita)

1. Le medie e le grandi strutture di vendita, in relazione alla superficie di vendita utilizzata, si suddividono nelle seguenti tipologie:

M1 - Medie strutture inferiori: esercizi aventi superficie di vendita compresa tra 151 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;

M2 - Medie strutture superiori: esercizi aventi superficie compresa tra 601 e 1500 mq. nei comuni delle classi III e IV e superficie compresa tra 901 e 2500 mq. nei comuni delle classi I e II;

GI - 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;

G2 - Grandi strutture superiori: esercizi aventi superficie di vendita maggiore di 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 10.000 mq. in entrambi i casi.

2. Le grandi strutture di vendita di tipo G2 possono essere realizzate esclusivamente nella forma del centro commerciale nella quale la superficie occupata dagli esercizi di vicinato e dalle medie strutture di vendita deve risultare pari ad almeno il trenta per cento della superficie totale di vendita. Tale percentuale di superficie in capo a esercizi di vicinato e medie strutture è riservata prioritariamente per almeno il cinquanta per cento a operatori presenti sul territorio regionale da almeno cinque anni, che ne facciano richiesta entro sei mesi dal rilascio dell'autorizzazione di cui all'articolo 12. [1]

3. In relazione ai due settori merceologici, alimentare e non alimentare, di cui all'art. 5, comma 1, del decreto, le medie e le grandi strutture di vendita si suddividono nelle seguenti categorie:

A - Esercizi del solo settore alimentare ed esercizi dei settori alimentare e non alimentare;

E - Esercizi del solo settore non alimentare.

4. All'interno degli esercizi non sono modificabili le superfici attribuite ai singoli settori senza autorizzazione.

5. L'identificazione di medie e grandi strutture di vendita avviene indicando la relativa tipologia dimensionale seguita dalla categoria merceologica.

5-bis. Le vendite, al di fuori dei locali di produzione o di locali a questi immediatamente adiacenti, dei beni di produzione da parte di produttori devono rispettare le disposizioni previste dalla presente legge in materia di autorizzazioni commerciali, vendite straordinarie, orari ed aperture. [2]

(1) Comma sostituito dall'art. 2, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma aggiunto dall'art. 2, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

TITOLO II

ESERCIZIO DELL'ATTIVITA' DI VENDITA AL DETTAGLIO SULLE AREE PRIVATE IN SEDE FISSA

SEZIONE I

PROGRAMMAZIONE RETE DISTRIBUTIVA

Art. 5 (Indirizzi generali e obiettivi)

1. Gli indirizzi generali e gli obiettivi per l'insediamento delle attività commerciali, oltre a quelli fissati dall'art. 1 del decreto e fermo restando le finalità generali ivi previste, sono definiti come segue:

a) promuovere la gradualità e fluidità del passaggio dal sistema normativo ed economico attuale al nuovo assetto previsto dal decreto, anche attraverso il recupero delle iniziative presenti, in conformità con le previsioni della presente legge e dei provvedimenti attuativi;

b) favorire la realizzazione di una rete distributiva regionale che, integrata con gli altri comparti del terziario pubblico e privato, assicuri la migliore produttività del sistema;

c) stimolare l'integrazione della distribuzione regionale con la produzione umbra, per la penetrazione dei prodotti sui mercati locali ed extraregionali, anche mediante il sostegno alla creazione di punti vendita di prodotti tipici nonchè di centrali distributive umbre con forte capacità di espansione oltre i confini regionali; [1]

d) rendere compatibile l'impatto degli insediamenti commerciali di maggiori dimensioni sulle funzioni territoriali e valorizzare la funzione commerciale al fine di una riqualificazione del tessuto urbano;

- e) operare un più stretto raccordo tra la programmazione economico-commerciale e la programmazione urbanistica del fenomeno distributivo, specie relativamente alle iniziative di maggiori dimensioni e rilevanza economica, uniformando a livello regionale i criteri di individuazione delle aree da destinare agli insediamenti e le condizioni cui gli stessi sono sottoposti;
- f) favorire il recupero urbano dei quartieri periferici mediante operazioni di marketing urbano che vedano il terziario di mercato leva protagonista;
- g) concorrere alla valorizzazione del patrimonio storico e culturale regionale e, in special modo, alla conservazione e rivitalizzazione della funzione tipica dei centri storici dei Comuni, anche sotto il profilo della distribuzione commerciale;
- h) promuovere ed assecondare i processi di elevazione qualitativa del servizio distributivo, sia attraverso l'associazionismo economico tra dettaglianti e tra dettaglianti e grossisti, sia attraverso accordi tra dettaglianti ed organizzazioni di settore per la valorizzazione dei prodotti tipici umbri; [2]
- i) coordinare l'attività edilizia volta alla valorizzazione dei suoli e al recupero delle aree industriali dismesse con le esigenze di equilibrato dimensionamento delle forme distributive;
- j) promuovere l'integrazione delle varie forme di commercio e, in particolare, dell'attività commerciale in sede fissa su area privata e di quella su area pubblica;
- k) favorire l'elevazione qualitativa e l'uniformità a livello regionale dell'attività formativa regionale in materia di commercio di cui all'art. 5 del decreto;
- l) promuovere una programmazione articolata di tutti i pubblici poteri, ciascuno per le proprie competenze, per la semplificazione del procedimento amministrativo e per un sistema decisionale coordinato e condiviso.

2. La Regione ed i Comuni, ciascuno per il proprio ambito di competenza, si attivano affinché il perseguimento degli obiettivi di cui al comma 1 possa avvenire in forma coordinata e contestuale.

(1) Lettera modificata dall'art. 3, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Lettera modificata dall'art. 3, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art 6 (Ripartizione del territorio regionale)

1. Ai fini della presente legge e secondo quanto disposto all'art. 6, comma 3, lettera b) del decreto, il territorio della regione dell'Umbria è suddiviso nelle seguenti otto aree sovracomunali, configurabili come unico bacino di utenza:

- 1 - Perugia
- 2 - Terni
- 3 - Foligno
- 4 - Città di Castello
- 5 - Spoleto
- 6 - Gubbio
- 7 - Orvieto
- 8 - Castiglione del Lago

2. Sono inoltre individuate, ai fini di una più puntuale ed articolata programmazione, le seguenti zone ad alta densità commerciale:

- nell'ambito dell'area sovracomunale n. 1 - Perugia, la zona denominata 1/A Perugia ovest, comprendente il territorio dei comuni di Corciano, Perugia e la zona denominata 1/B - Perugia sud-est, comprendente i comuni di Perugia, Torgiano e Deruta; [1]
- nell'ambito dell'area sovracomunale n. 2 -Terni, la zona denominata n. 2 - Ternana, comprendente il territorio dei comuni di Terni e Narni;
- nell'ambito dell'area sovracomunale n. 3 - Foligno, la zona denominata n. 3 - Folignate, comprendente il territorio dei comuni di Spello, Trevi e Foligno.

3. La specificazione dei comuni appartenenti alle singole aree sovracomunali è contenuta nell'allegato A alle presenti norme delle quali costituisce parte integrante.

(1) Tratto modificato dall'art. 4, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 7 (Criteri)

1. I Comuni, nella definizione degli indirizzi generali per le attività commerciali di cui all'art. 5, oltre agli obiettivi ivi indicati ed alla ripartizione del territorio regionale di cui all'art. 6, devono tenere presenti i seguenti criteri:

a) promuovere l'integrazione degli interventi di programmazione e di indirizzo dell'apparato distributivo nell'ambito di progetti generali di valorizzazione del territorio o di sue parti ed operare attraverso un progetto di intervento, concepito unitariamente e quantificato nei tempi di realizzazione;

b) favorire la nascita di nuove iniziative attraverso processi di riconversione controllata delle realtà distributive marginali o meno produttive anche favorendone l'associazionismo;

c) curare una costante integrazione degli interventi pubblici con le iniziative private intraprese da operatori, consumatori, loro rappresentanze di categoria e centri di assistenza tecnica di cui all'art. 23 del decreto;

d) predisporre un efficiente sistema di monitoraggio delle variabili locali che interessano la distribuzione commerciale, anche finalizzato al corretto ed efficiente funzionamento dell'Osservatorio regionale del commercio di cui all'art. 32.

2. Entro 180 giorni dall'entrata in vigore della presente legge, i Comuni, in attuazione di quanto previsto all'art. 6, comma 5, del decreto, provvedono ad adeguare i propri strumenti urbanistici generali e attuativi nonché i regolamenti di polizia locale:

a) alle disposizioni di urbanistica commerciale, dettate dalla Regione;

b) a quanto disposto dalla presente legge.

3. I Comuni, inoltre, nei termini e secondo le modalità specificate negli articoli seguenti, provvedono a dotarsi di uno o più strumenti specifici di indirizzo dell'apparato distributivo, a seconda della propria ampiezza territoriale e demografica, delle problematiche presenti nel settore e delle scelte di intervento operate.

4. I Comuni, ferma restando la ripartizione del territorio predisposta per finalità di programmazione urbanistica, ai fini di garantire la migliore articolazione dell'offerta commerciale sul territorio e la migliore rispondenza delle tipologie di vendita alle diverse esigenze presenti nelle sue parti, possono suddividere il proprio territorio in aree o zone commerciali omogenee.

5. Il Comune, anche qualora non intenda operare la ripartizione del territorio in zone commerciali omogenee, deve comunque individuare il centro storico.

6. [1]

(1) Comma abrogato dall'art. 5, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 8 (Programmazione urbanistica)

1. I criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale sono individuati, al sensi e per gli effetti di cui all'art. 6, comma 2, del decreto, come segue:

a) obbligo per i Comuni di formulare, negli strumenti urbanistici, norme specifiche per il commercio e di individuare aree destinate ad insediamenti commerciali, in conformità agli strumenti di programmazione territoriale e di pianificazione urbanistica previsti dalla legge regionale 10 aprile 1995, n. 28, come modificata dalla legge regionale 21 ottobre 1997, n. 31;

b) correlazione e contestualità dei procedimenti commerciale ed urbanistico, attraverso la preventiva acquisizione di autorizzazione per le medie e grandi strutture di vendita;

c) conformità urbanistica, ai fini dell'inoltro delle istanze di rilascio delle autorizzazioni all'apertura, ampliamento e trasferimento di medie e grandi strutture di vendita, attestata dal Comune;

d) finalizzazione di eventuali limiti per la tutela artistica, culturale e ambientale ai sensi dell'art. 6, comma 2, lettera b) del decreto e parametri e standard minimi di cui alla lett. c), al solo fine di tutela di interessi di natura urbanistica.

2. La strumentazione urbanistica per l'insediamento in aree non esclusivamente commerciali può:

a) individuare le attività da considerare compatibili, anche disponendo limitazioni di carattere merceologico;

b) disporre limitazioni quantitative in relazione alla eventuale presenza in dette aree di attività commerciali ordinarie.

SEZIONE II **ATTIVITA' DI FORMAZIONE**

Art. 9 (Principi e criteri)

1. L'attività formativa di cui all'art. 5 del decreto è svolta in coerenza con le normative comunitarie, nazionali e regionali e si ispira ai seguenti principi generali:

a) pluralismo dell'offerta formativa, mediante l'affidamento in gestione a più soggetti qualificati;

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

c) distribuzione sul territorio e facilitazione alla partecipazione, mediante la previsione, per i corsi di cui all'art. 5, comma 5 del decreto, di sedi di esame in ciascuna provincia di cui all'art. 6, comma 1;

d) elevata qualità della formazione;

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

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

g) gradualità del progetto di elevazione del livello formativo generale.

2. Gli strumenti di programmazione previsti dalla legge regionale 21 ottobre 1981, n. 69, e successive modificazioni ed integrazioni contengono le previsioni attuative concernenti l'attività formativa relativa ai corsi qualificanti per il settore alimentare ed ai corsi di aggiornamento, previsti dall'art. 5, commi 5 e 9 del decreto, sulla base dei principi di cui al comma 1, ed in particolare:

a) i soggetti, con le priorità previste dal decreto all'art. 5 comma 7, che possono svolgere i corsi, che non comprendono l'espletamento delle prove finali;

b) le modalità di svolgimento delle prove finali, con i relativi riferimenti territoriali;

c) le materie previste e le ore minime di insegnamento, eventualmente integrabili dai soggetti gestori dei corsi, curandone il livello qualitativo e la loro omogeneità nell'ambito regionale;

d) gli incentivi per la partecipazione ai corsi;

e) ogni altro aspetto organizzativo o regolamentare di cui all'art. 5, commi 7 e 9 del decreto.

3. Per quanto attiene la ripartizione delle funzioni amministrative e dei compiti inerenti alla attività formativa tra Regione, Province e Comuni, nonché per gli aspetti generali si

fa rinvio alla legge regionale 2 marzo 1999, n. 3 ed alla legge regionale 25 novembre 1998, n. 41.

3-bis. La Giunta regionale definisce con proprio atto, di concerto con le associazioni di categoria competenti, i contenuti e le modalità per assicurare un elevato grado di formazione ed aggiornamento professionale alle aziende operanti nel settore non alimentare. [1]

(1) Comma aggiunto dall'art. 6, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

SEZIONE III

DISCIPLINA DELL'ATTIVITA' DI VENDITA

Art. 10 (Centri commerciali) (1)

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

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

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

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

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

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

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

(1) Articolo sostituito dall'art. 7, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 11 (Compatibilità territoriale delle medie e grandi strutture di vendita)

1. L'apertura di grandi e medie strutture di vendita di cui alla Sezione IV, può avvenire solo nel territorio di Comuni, la cui classe di appartenenza, ai sensi dell'art. 3, risulti compatibile con la categoria e tipologia dell'esercizio, secondo quanto indicato nella tabella che segue:

	Classe del Comune	Tipologie incompatibili
1.	oltre 50.000 abitanti	Nessuna
II.	10.000 - 50.000	G2/A
III.	3.000 - 10.000	G2 e G1/A
IV.	meno di 3.000	G2, G1, M2/A

2. I vincoli di cui al comma 1, non trovano applicazione per i Comuni compresi nelle zone ad alta densità commerciale di cui all'art. 6, comma 2, né qualora la media o grande struttura di vendita si collochi a non oltre 2 km. in linea d'aria da una delle seguenti vie di comunicazione di interesse regionale:

- Autostrada A1 e relativi raccordi autostradali Perugia-Bettolle e Terni-Orte
- S.S. E45
- S.S. 75
- S.S. n. 3 Flaminia

SEZIONE IV **PROGRAMMAZIONE REGIONALE DELLE GRANDI STRUTTURE DI** **VENDITA**

Art. 12 (Disponibilità per il rilascio di nuove autorizzazioni per grandi strutture di vendita) (1)

1. Il rilascio di autorizzazioni per l'apertura di grandi strutture di vendita, ai sensi dell'articolo 13, comma 2, è consentito in conformità a quanto stabilito nell'allegato A.

2. Con cadenza biennale, nel rispetto delle procedure previste dall'articolo 6, comma 4, del decreto, l'allegato A è sottoposto a verifica da parte del Consiglio regionale che può disporre l'aggiornamento e l'adeguamento. L'eventuale modificazione dei parametri numerici e delle condizioni in esso contenute è legata all'evoluzione degli indicatori della rete distributiva regionale, ai mutamenti intervenuti nel mercato, nella situazione socio-economica regionale o in altri fattori influenti sulla distribuzione commerciale.

(1) Articolo sostituito dall'art. 8, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 13 (Apertura di grandi strutture di vendita: presupposti)

1. Il rilascio di autorizzazioni all'apertura di grandi strutture di vendita è subordinato alla verifica della sussistenza delle seguenti condizioni:

- a) rispetto delle disposizioni in materia di urbanistica, dettate dalla Regione e dal Comune;
- b) sussistenza del requisito di compatibilità territoriale dell'insediamento in relazione alla classe cui appartiene il Comune, di cui all'art. 3;
- c) compatibilità con le previsioni di possibilità di insediamento contenute nell'allegato A; [1]
- d) positivo riscontro delle caratteristiche qualitative minime dell'insediamento previste nel regolamento di cui all'art. 49;

e) articolazione in forma di centro commerciale delle grandi strutture di vendita di tipo G2;

f) sussistenza di ogni altra condizione richiesta dalla presente legge.

2. Costituiscono ipotesi di apertura di una grande struttura di vendita:

a) la realizzazione ex novo di una grande struttura;

b) l'ampliamento di una media struttura di vendita esistente, nell'ambito della stessa categoria merceologica autorizzata, oltre i valori massimi di superficie previsti per le medie strutture di vendita in relazione alla classe del comune in cui la stessa insiste; [2]

c) [3]

d) l'aggiunta merceologica di un intero settore, di cui all'art. 5, comma 1, del decreto, precedentemente non autorizzato;

e) l'accorpamento di due o più esercizi commerciali in un'unica grande struttura di vendita;

f) la rilocalizzazione, come definita dall'art. 2, comma 1, lettera e).

(1) Lettera modificata dall'art. 9, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Lettera sostituita dall'art. 9, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Lettera abrogata dall'art. 9, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 14 (Apertura di grandi strutture di vendita: priorità)

1. Per domande concorrenti, ai sensi delle presenti disposizioni, si intendono quelle presentate al Comune competente nel corso del medesimo mese. Sono concorrenti anche le domande presentate nel medesimo mese in diversi Comuni appartenenti allo stesso bacino di utenza od aree ad alta densità commerciale di cui all'art. 6, commi 1 e 2.

2. Ai sensi dell'art. 10, comma 2, del decreto, tra più domande concorrenti per l'apertura di nuove grandi strutture di vendita come definite all'art. 3, comma 2, è data priorità alle domande accompagnate da contestuale rinuncia, condizionata all'accoglimento della domanda stessa, a tre o più, medie o grandi strutture di vendita, nel rispetto delle seguenti condizioni: [1]

a) le strutture di vendita accorpate siano ubicate nel medesimo Comune o, trattandosi di rilocalizzazione, nella medesima zona ad alta densità commerciale;

b) tra le strutture di vendita rinunciate ve ne sia almeno una della stessa merceologia e della medesima categoria dimensionale o immediatamente inferiore a quella che si intende realizzare; [2]

c) la somma delle superfici di vendita delle strutture rinunciate sia superiore di almeno il dieci per cento rispetto alla superficie richiesta per la nuova struttura. [2]

3. In ogni caso la priorità di cui al comma 2 può essere fatta valere solo qualora:

a) trattandosi di struttura alimentare, la domanda sia accompagnata da impegno di reimpiego del personale;

b) trattandosi di struttura non alimentare, la domanda sia inoltrata da chi abbia partecipato ai corsi di formazione, o comunque dimostri il possesso del requisito di adeguata qualificazione.

4. Tra domande concorrenti con titolo di priorità ai sensi del comma 2 è data priorità, nell'ordine, in funzione dei seguenti criteri:

a) accorpamento, ai sensi dell'articolo 13, comma 2, lettera e), di due esercizi, di cui almeno uno della medesima categoria merceologica della nuova autorizzazione richiesta, provenienti dalla stessa zona commerciale come individuata nello strumento di promozione comunale;

b) maggiore superficie di vendita accorpata, come definita ai sensi della lettera a);

- c) ampliamento di una struttura di vendita inferiore, nell'ambito della stessa categoria merceologica autorizzata, rispetto alla struttura che si intende realizzare;
- d) maggiore superficie di vendita già autorizzata nella struttura che si intende ampliare ai sensi della lettera c);
- e) trasferimento nell'ambito della stessa zona commerciale del comune;
- f) trasferimento nell'ambito del comune;
- g) inserimento della struttura in un centro commerciale, insieme ad altri operatori di piccolo dettaglio;
- h) inserimento di una struttura o uno spazio di vendita di prodotti tipici umbri in un centro commerciale;
- i) quantità di manodopera locale assorbita o riassorbita, in particolare già impiegata nel commercio;
- l) titolarità di altre grandi strutture di vendita nella Regione;
- m) impegno formalmente assunto nell'applicazione dei contratti collettivi nazionali di lavoro della categoria. [3] (*)

4-bis. Tra domande concorrenti prive di titolo di priorità, come definito al comma 2, è data priorità, nell'ordine, in funzione dei criteri individuati al comma 4. [4]

(1) Alinea modificato dall'art. 10, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Lettera sostituita dall'art. 10, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma sostituito dall'art. 10, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(4) Comma aggiunto dall'art. 10, comma 4, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(*) La Corte Costituzionale con sentenza n. 64, depositata il 9 marzo 2007 ha dichiarato l'illegittimità costituzionale dell'art. 14, comma 4, lettera l), e comma 4-bis, della legge della Regione Umbria 3 agosto 1999, n. 24 (Disposizioni in materia di commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114), come modificato dall'art. 10, commi 3 e 4, della legge della Regione Umbria 7 dicembre 2005, n. 26 (Modificazioni ed integrazioni della legge regionale 3 agosto 1999, n. 24 – Disposizioni in materia di commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114), nella parte in cui stabilisce come criterio preferenziale per il rilascio dell'autorizzazione all'esercizio e all'ampliamento dell'attività commerciale, il criterio della titolarità di altre grandi strutture di vendita nella Regione.

(...) *Il criterio della previa titolarità di un'altra grande struttura di vendita nel medesimo territorio regionale, ha affermato la Corte, è lesivo della libertà di concorrenza, in quanto favorisce il cumulo della titolarità di autorizzazioni inerenti a più di una grande struttura di vendita in capo ad un unico soggetto già operante sul territorio regionale, contraddicendo l'esigenza di interesse generale di tutela delle piccole e medie imprese presenti sul medesimo (...)*

Art. 15 Ampliamento di grandi strutture di vendita. [1]

1. L'ampliamento di superficie di grandi strutture di vendita è soggetto ad autorizzazione del comune, su conforme parere della Conferenza di servizi di cui all'articolo 9, comma 3, del decreto.

2. I soggetti titolari di autorizzazioni all'esercizio di grandi strutture di vendita classificate in tipologia G1, rilasciate prima dell'entrata in vigore della presente legge, decorso un triennio dalla data del rilascio del titolo autorizzatorio, possono ottenere l'ampliamento della superficie di vendita nei limiti del trenta per cento della superficie massima prevista per la tipologia G1, indicata all'articolo 4, comma 1, fermo il rispetto delle disposizioni in materia urbanistica, igienico-sanitaria e di sicurezza. Tale ampliamento è concesso per una sola volta, anche qualora la superficie dell'esercizio risultante dallo stesso comporti la classificazione dell'esercizio nella tipologia superiore G2. [2]

3. I soggetti titolari di autorizzazione all'esercizio di grandi strutture di vendita di tipo G2, decorso un biennio dalla data di rilascio dell'autorizzazione, hanno titolo ad ottenere l'ampliamento della relativa superficie di vendita nei limiti del trenta per cento della superficie massima prevista per la tipologia G2, indicata all'articolo 4, comma 1, fermo il rispetto delle disposizioni in materia urbanistica, igienico-sanitaria e di sicurezza. L'ampliamento è concesso per una sola volta anche qualora la superficie dell'esercizio

risulti già superiore a quella massima indicata per la tipologia G2 all'articolo 4, comma 1.

4. Nei casi previsti nei commi 2 e 3 l'ampliamento è concesso mediante rilascio di un nuovo titolo in sostituzione di quello che ha dato titolo all'ampliamento.

5. L'ampliamento di superficie di una grande struttura di vendita o di un centro commerciale destinato esclusivamente alla vendita di prodotti tipici umbri è sempre concesso nel limite massimo del dieci per cento della superficie già autorizzata, escluso l'ampliamento di superficie eventualmente concesso ai sensi del comma 2. L'eventuale superamento dei limiti di cui all'articolo 4, comma 1, per effetto dell'ampliamento di superficie, non comporta il mutamento di tipologia e di tale superficie aggiuntiva non si tiene conto ai fini dell'ampliamento di cui al comma 2. La superficie aggiuntiva concessa non può essere utilizzata per la vendita di prodotti diversi da quelli tipici umbri, pena la revoca dell'autorizzazione e l'applicazione della sanzione amministrativa di cui all'articolo 47 della L.R. n. 24/1999.

(1) Articolo sostituito dall'art. 11, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) L'art. 1, comma 1, L.R. 24 luglio 2006, n. 10, ha interpretato autenticamente il presente comma nel senso che per "presente legge" si intende la legge regionale 7 dicembre 2005, n. 26.

Art. 17 (Trasferimento e rilocalizzazione delle grandi strutture di vendita)

1. Fuori dei casi di rilocalizzazione di cui al comma 2, il trasferimento di sede delle grandi strutture di vendita, nell'ambito del territorio comunale, è autorizzato dal Comune, previa valutazione da parte della Conferenza di servizi di cui all'art. 9 del decreto degli effetti sul tessuto commerciale e di ogni altro aspetto di rilievo, a condizione che la nuova ubicazione prescelta sia conforme alle disposizioni regionali e locali in materia di urbanistica commerciale.

2. La rilocalizzazione di una grande struttura di vendita è ammessa alle seguenti condizioni cumulative:

a) che essa avvenga tra Comuni della medesima zona ad alta densità commerciale, di cui all'art. 6, comma 2;

b) che nell'allegato A vi siano disponibilità per nuove grandi strutture di vendita. [1]

3. La rilocalizzazione in ogni caso assorbe una disponibilità per apertura di grandi strutture di vendita nella zona ad alta densità nella quale avviene.

(1) Lettera modificata dall'art. 12, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 18 - (Procedura di rilascio delle autorizzazioni per le grandi strutture di vendita)

1. La domanda di apertura di grandi strutture di vendita, di cui all'art. 9 del decreto, è inoltrata al Comune competente unitamente agli allegati necessari alla sua valutazione consistenti nel progetto urbanistico preliminare con relativa destinazione d'uso dei suoli, nella descrizione analitica delle caratteristiche commerciali dell'iniziativa ed in una valutazione di impatto commerciale. La domanda è contestualmente inviata in copia, senza allegati e per conoscenza, anche alla Regione. [1]

2. Il Comune, entro 7 giorni dal ricevimento della domanda, provvede ad integrare per quanto di sua competenza la documentazione allegata, e, nel contempo, invita l'interessato a procedere alla eventuale regolarizzazione o integrazione nel termine di giorni 30 dalla relativa comunicazione. Decorso il detto termine, senza che l'interessato abbia provveduto a quanto richiesto, la domanda si intende rinunciata. Completata la domanda, il Comune invia entro sette giorni l'intera documentazione ricevuta e raccolta agli uffici regionali. [2]

3. Nel termine di 30 giorni decorrente dall'invio alla Regione della documentazione a corredo dell'istanza, il Comune, previa intesa con la Provincia e con la Regione, la quale terrà conto della eventuale presenza di domande concorrenti di cui all'art. 14, indice la Conferenza di servizi prevista all'art. 9 del decreto, fissandone lo svolgimento non oltre il sessantesimo giorno successivo alla data di indizione. [3]

4. Della data di indizione della Conferenza è data notizia, mediante comunicazione dell'ordine del giorno, all'istante, a tutti i Comuni appartenenti alla medesima area sovracomunale configurabile come unico bacino di utenza, alle organizzazioni provinciali di categoria, perché possano esercitare le facoltà di cui all'art. 9, comma 4, del decreto.

5. Le domande relativamente alle quali non è comunicato provvedimento di diniego decorsi novanta giorni dalla data di convocazione della Conferenza di servizi devono intendersi accolte. [4]

(1) Comma modificato dall'art. 13, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma modificato dall'art. 13, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma modificato dall'art. 13, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(4) Comma modificato dall'art. 13, comma 4, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

SEZIONE V

COMPITI DEI COMUNI

Art. 19

(Strumenti di promozione)

1. Al fine di promuovere l'equilibrato sviluppo delle medie strutture di vendita sul proprio territorio, nonché la loro integrazione con l'intero apparato distributivo, i Comuni, entro 8 mesi dall'entrata in vigore della presente legge, si dotano degli strumenti necessari a garantire la promozione della rete comunale per le medie strutture di vendita previa analisi ricognitiva dell'intero apparato distributivo al dettaglio del Comune e valutazione della situazione di mercato, in conformità agli indirizzi della programmazione regionale, al fine di:

a) determinare il numero, la categoria dimensionale e la tipologia merceologica delle medie strutture di vendita di nuova realizzazione, secondo la classificazione operata all'art. 6 della presente legge. I Comuni delle classi I e II possono ulteriormente suddividere le medie strutture di vendita di tipo M2 in due sottocategorie dimensionali;

b) disciplinare l'apertura, l'ampliamento merceologico o di superficie, il trasferimento delle medie strutture di vendita ed ogni altro aspetto non espressamente regolato dal decreto o dalla presente legge, nel rispetto dei principi di libera concorrenza e mobilità degli operatori sul territorio.

2. La definizione degli strumenti di cui al comma 1, richiede la previa consultazione delle Associazioni dei consumatori e degli operatori commerciali più rappresentative a livello provinciale e delle Organizzazioni sindacali dei lavoratori, e, per i Comuni delle classi I e II, delle rappresentanze comunali delle predette associazioni, qualora esistenti.

3. Le determinazioni assunte dai Comuni ai sensi del comma 1, sono riviste ad aggiornate ogni quattro anni, con la stessa procedura.

4. Va in ogni caso garantita la libera trasferibilità in tutto il territorio comunale delle medie strutture di vendita di tipo M1 non alimentare, in attività da almeno tre anni.

5. [1]

5-bis. Le autorizzazioni per medie strutture di vendita possono essere rilasciate solo se previste nell'apposito strumento di promozione di cui al presente articolo, salve le ipotesi di accorpamento o concentrazione di cui all'articolo 20, comma 4. [2]

(1) Comma abrogato dall'art. 14, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma aggiunto dall'art. 14, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 20 - (Autorizzazioni per medie strutture di vendita)

1. I Comuni rilasciano le autorizzazioni all'apertura, all'accorpamento, al trasferimento o all'ampliamento merceologico o di superficie di medie strutture di vendita sulla base dei criteri fissati nell'apposito strumento di promozione, nonché dei criteri di cui al presente articolo, disposti ai sensi dell'art. 8, comma 1, del decreto.

2. Ai sensi dell'art. 10, comma 2, del decreto, salvo diversa e motivata regolamentazione del Comune in sede di strumento di indirizzo e promozione delle medie strutture di vendita, tra più domande concorrenti tendenti all'apertura di una media struttura di vendita, hanno priorità quelle che prevedono la concentrazione di almeno due preesistenti medie strutture di vendita, in attività da almeno tre anni, sempre che sussistano le medesime condizioni previste all'art. 14, comma 3, per le grandi strutture di vendita.

3. Ai sensi dell'art. 10, comma 3 del decreto, l'ampliamento di superficie di una media struttura di vendita è sempre concesso qualora concorrano tutte le seguenti condizioni:

a) l'ampliamento avvenga per concentrazione o accorpamento di esercizi commerciali in attività da almeno cinque anni al momento della domanda, conteggiati per il valore di novanta mq. o centocinquanta mq. ciascuno, a seconda della classe di appartenenza del comune, o per la superficie effettiva, se maggiore; [1]

b) l'ampliamento non superi i limiti dimensionali massimi previsti per il tipo di media struttura interessata, M1 o M2, in relazione alla classe di appartenenza del Comune;

c) la domanda sia accompagnata da impegno di reimpiego del personale già operante negli esercizi commerciali da concentrare o accorpare.

4. L'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita è rilasciata qualora sia frutto di accorpamento o concentrazione di più esercizi in attività da almeno cinque anni al momento della domanda, sempre che la somma delle superfici cessate sia pari ad almeno il cento per cento della superficie di vendita della nuova struttura, o ad almeno il settanta per cento in caso di reimpiego del personale, conteggiate per il valore di novanta mq. o centocinquanta mq. ciascuno, a seconda della classe di appartenenza del comune, o per la superficie effettiva, se maggiore. [2]

5. [3]

6. E' in facoltà dei Comuni prevedere, quale condizione o titolo di priorità per l'acquisizione di autorizzazioni per medie strutture di vendita, il reimpiego del personale, autonomo o dipendente, operante in esercizi di vicinato accorpati o comunque entro un'area di attrazione determinata dal Comune.

7. La trasformazione di un esercizio di vicinato in una media struttura di vendita o di medie strutture di vendita dalla tipologia M1 alla tipologia M2, ed eventuali suddivisioni di quest'ultima, va prevista nello strumento di cui all'articolo 19 e va calcolata all'interno del numero delle autorizzazioni rilasciabili. [4]

8. E' in facoltà dei Comuni prevedere apposite disposizioni di favore o di semplificazione procedurale per l'aggiunta di settore merceologico alle medie strutture di vendita che siano in attività da almeno tre anni.

8-bis. L'ampliamento di superficie di una media struttura di vendita è sempre concesso ai sensi e nel rispetto di quanto previsto all'articolo 15, comma 5. [5]

(1) Lettera sostituita dall'art. 15, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma sostituito dall'art. 15, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma abrogato dall'art. 15, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(4) Comma sostituito dall'art. 15, comma 4, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(5) Comma aggiunto dall'art. 15, comma 5, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 21 - (Interventi per la valorizzazione dei centri storici)

1. Ai fini di preservare, rilanciare e potenziare la funzione tipica del commercio nel centro storico ed il suo ruolo di polo primario di aggregazione della vita sociale, i Comuni, entro 8 mesi dall'entrata in vigore della presente legge, si dotano di uno strumento di intervento per il centro storico, previo espletamento della procedura di cui all'art. 19, comma 2, integrato con le specifiche misure di agevolazione tributaria e di sostegno finanziario di cui all'art. 10, comma 1, lettera b) del decreto, nei limiti della programmazione e delle disponibilità di bilancio. [1]

2. Lo strumento può essere articolato come:

- a) specifico strumento di gestione del fenomeno distributivo nel centro storico;
- b) sezione specifica, allegata al piano per le medie strutture di vendita;
- c) componente di un intervento pluridisciplinare o progetto integrato o piano d'area nel quale più problematiche del centro storico vengono contestualmente affrontate.

3. Lo strumento di intervento di cui al comma 1, previa ricognizione ed approfondimento delle problematiche della distribuzione commerciale nel centro storico e delle interrelazioni esistenti con le altre componenti territoriali, economiche e sociali, detta specifici criteri di sviluppo, potenziamento e rivitalizzazione della distribuzione, avendo come obiettivo la crescita, ricambio e diversificazione delle attività, in raccordo con gli strumenti urbanistici comunali.

3-bis. Le amministrazioni comunali devono prevedere nello strumento di rivitalizzazione del centro storico, sulla base della ricognizione di cui al comma 3, disposizioni che incentivino la permanenza di esercizi storici, come definiti in un apposito atto a ciò dedicato, e che agevolino il ritorno delle merceologie scarsamente presenti. [2]

(1) Comma modificato dall'art. 16, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma aggiunto dall'art. 16, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 22 - (Modalità degli interventi)

1. I Comuni, per le finalità di cui all'art. 21, possono:

a) [1]

b) esonerare in tutto o in parte dagli obblighi di concentrazione, accorpamento o reimpiego del personale per l'apertura di medie strutture di vendita o disporre altri incentivi, anche fiscali o tariffari, per la nascita della piccola e media distribuzione, compresa la possibilità di insediamento delle medie strutture di tipo M2 anche in assenza dello strumento previsto all'art. 19;

c) disporre la temporanea intrasferibilità delle nuove attività sorte nel centro storico, per periodi non superiori a 3 anni dal loro insediamento;

d) differenziare le attività commerciali e la relativa disciplina giuridica con riferimento a specifiche classificazioni di carattere dimensionale, merceologico ovvero, previa intesa con le rappresentanze di categoria degli operatori, qualitativo, sempre che ciò contribuisca ad un ampliamento di opportunità di insediamento nel centro storico;

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

f) rinnovare o confermare, con o senza modificazioni, esclusivamente per le finalità di cui alle lettere d) ed e), eventuali disposizioni programmatiche disposte per il centro storico ai sensi dell'art. 4 del decreto legge 9 dicembre 1986, n. 832, convertito con

legge 6 febbraio 1987 n. 15, le cui facoltà di intervento debbono considerarsi interamente comprese ed ampliate dalle presenti disposizioni;

g) subordinare alla previa realizzazione di iniziative commerciali specifiche nel centro storico, l'utilizzazione di opportunità previste in altre parti del territorio;

h) stabilire, per un periodo di tempo non superiore a 2 anni dall'approvazione dello strumento, contenuti limiti di superficie minima per ristrette categorie di esercizi la cui eccessiva presenza al centro storico risulti di comprovato ostacolo alla mobilità e ricambio della rete distributiva;

i) stabilire priorità o obblighi di contestualità di realizzazione di iniziative;

j) prevedere particolari agevolazioni per attività commerciali a carattere fortemente innovativo ed alternativo all'offerta esistente nonché a favore di iniziative, debitamente documentate, di commercio equo o solidale, gestito da organismi senza fini di lucro, formalmente riconosciuti;

k) esonerare in tutto o in parte gli esercizi dall'obbligo di chiusura domenicale o festiva;

l) esonerare in tutto o in parte gli esercizi dall'obbligo di chiusura infrasettimanale;

m) disciplinare l'apertura notturna degli esercizi in modo più ampio rispetto ai resto del territorio;

n) stabilire disposizioni in materia di arredo urbano e di razionalizzazione degli edifici.

2. Al fine di perseguire una reale integrazione dell'offerta commerciale tra centro storico e periferia, evitando bruschi mutamenti della disciplina giuridica e l'insorgere di rendite da posizione, il centro storico può essere suddiviso in due o più fasce contigue o concentriche nelle quali l'uso degli strumenti di indirizzo di cui al comma 1 è disposto con criteri di gradualità.

3. I Comuni che alla data di entrata in vigore della presente legge risultino già dotati di strumenti analoghi a quello previsto dall'art. 21 possono procedere alla loro integrazione, adeguamento o semplice riconferma nei termini indicati al comma dello stesso articolo.

4. Limitatamente alle aree o agli edifici aventi valore storico, archeologico, artistico ed ambientale non ubicati nel centro storico, i Comuni possono disporre vincoli di carattere dimensionale, merceologico o tipologico agli insediamenti delle attività commerciali, nei limiti strettamente necessari alle esigenze di tutela.

5. Le disposizioni dell'art. 21 e quelle di cui al presente articolo possono essere estese dai Comuni ai centri storici delle principali frazioni e dei nuclei minori.

(1) Lettera abrogata dall'art. 17, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 23 - (Valutazione d'impatto commerciale) [1]

(1) Articolo abrogato dall'art. 18, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 24 - (Progetti integrati di rivitalizzazione delle realtà minori)

1. I Comuni possono dotarsi di un progetto integrato di rivitalizzazione delle frazioni o altre aree di interesse del proprio territorio aventi popolazione inferiore a 3000 abitanti e poste in posizione isolata dal capoluogo comunale, ai sensi dell'art. 10, comma 1, lettera a) del decreto.

2. Il progetto di cui al comma 1 prevede gli interventi più idonei a conseguire la rivitalizzazione del servizio distributivo ed almeno la permanenza di quello di prima necessità nelle aree di minore interesse commerciale, anche in deroga agli altri strumenti di indirizzo commerciale di cui il Comune è dotato; può inoltre prevedere la

creazione di centri polifunzionali di servizi, tenuto conto dei punti di maggiore richiamo o transito autoveicolare. Nei centri i comuni possono stabilire particolari agevolazioni, fino all'esenzione, per i tributi di loro competenza. Il progetto è approvato previo esperimento della procedura partecipativa di cui all'art. 19, comma 2. [1]

3. Per centro polifunzionale di servizi si intende un esercizio commerciale o più esercizi in unica struttura o complesso, in cui sono presenti più servizi autonomamente configurati tra quelli individuati con apposito atto della Giunta regionale. [2]

4. Nei centri polifunzionali di servizi possono essere rilasciate dai Comuni autorizzazioni alla somministrazione di alimenti e bevande o alla vendita di giornali e riviste, in deroga ad eventuali vincoli di natura commerciale discendenti dalla normativa comunale o regionale, dando comunque priorità agli operatori esistenti che intendano trasferire a loro attività. [3]

5. E' in facoltà dei Comuni prevedere l'intrasferibilità di attività dai centri polifunzionali di servizi, per un periodo non superiore a tre anni dalla loro apertura. In ogni caso, qualora decorso detto termine, un pubblico esercizio di somministrazione di alimenti e bevande si trasferisca al di fuori del centro polifunzionale, lo stesso non può essere reintegrato con la procedura di cui al comma 4.

6. Qualora nel Comune già esistano spontanei addensamenti di servizi o attività, che, tenuto conto dell'afflusso di persone e della collocazione, già parzialmente assolvano alle funzioni di servizio di cui al presente articolo, i centri polifunzionali di servizi sono creati mediante il loro potenziamento.

7. In deroga al disposto del comma 1, i Comuni appartenenti alla classe IV possono istituire centri polifunzionali di servizi anche nel capoluogo comunale.

(1) Comma modificato dall'art. 19, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma sostituito dall'art. 19, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma modificato dall'art. 19, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

TITOLO III ORARI DI VENDITA

Art. 25 (Orari delle attività commerciali)

1. I Comuni, nell'ambito dei poteri di cui all'articolo 50 del decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 ed ai sensi degli artt. 11 e seguenti del decreto, disciplinano gli orari di tutte le attività di vendita al dettaglio, anche in modo differenziato. In assenza di specifiche disposizioni, a tutte le attività di vendita al dettaglio si applicano quelle previste per gli esercizi commerciali al dettaglio in area privata. [1]

2. Gli orari delle attività commerciali debbono rispondere alla finalità di massimo servizio per il consumatore, nel rispetto delle norme e delle relazioni sindacali in materia di lavoro dipendente e di tutela della qualità della vita degli operatori, con particolare riferimento alla piccola impresa a conduzione familiare.

3. Il centro commerciale, come definito all'art. 4, comma 1, lettera g) del decreto, effettua un orario unico ed eventuali chiusure uniche per tutte le attività commerciali artigianali e di servizi in esso presenti, stabilito sulla base della merceologia prevalente nel centro stesso.

4. Le rivendite di generi di monopolio che, oltre a questi, vendono esclusivamente i prodotti previsti nella relativa tabella speciale, seguono i turni e gli orari di apertura previsti dalla specifica normativa sulle rivendite.

5. Ai sensi dell'art. 11 comma 2 del decreto, nell'ambito della fascia oraria 7.00 - 22.00 ciascun operatore sceglie il proprio orario di apertura, per un massimo di 13 ore

giornaliere, con o senza interruzioni, il cui rispetto deve intendersi come divieto di apertura anticipata o di chiusura posticipata. La scelta è comunicata al Comune e ne viene data conoscenza al consumatore mediante apposito cartello o altro mezzo equipollente. L'orario scelto può essere variato con cadenza non inferiore a 30 giorni.

6. L'orario è inteso come facoltà e non obbligo di apertura, l'atto salva l'applicazione di quanto disposto dall'art. 22, comma 4 lettera b) e comma 5 lettera a) del decreto.

7. I Comuni possono consentire l'apertura notturna per una percentuale di esercizi non superiore al 5 per cento a livello di intero territorio comunale o, per i Comuni della classi I e II, a livello di zona. Gli operatori interessati inoltrano istanza in carta semplice al Comune che procede a definire le turnazioni sulla base di apposita ordinanza che stabilisce altresì, tempi, criteri, modalità e caratteristiche.

8. I Comuni possono intervenire eccezionalmente per rimuovere gravi disservizi causati da ferie, anche organizzando servizi alternativi, ovvero promovendo accordi tra le rappresentanze degli operatori, consumatori e lavoratori dipendenti per la definizione di scaglionamenti e turnazioni.

(1) Comma modificato dall'art. 20, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 26 - Comuni a vocazione turistica e città d'arte. [1]

1. Fermo restando l'orario massimo delle tredici ore giornaliere, la libertà di determinazione senza vincoli delle aperture da parte degli operatori, prevista dall'articolo 12 del decreto, si applica:

a) ai centri storici come individuati negli strumenti urbanistici, alle aree di elevato valore storico artistico e culturale di cui all'articolo 29 della legge regionale 24 marzo 2000, n. 27, nonché a quelle individuate negli specifici atti di promozione e valorizzazione di cui all'articolo 21;

b) alle aree del territorio comunale a vocazione turistica, relativamente a periodi di effettivo afflusso turistico, ed ai centri di intrattenimento e svago come definiti al comma 3.

2. Le aree di cui al comma 1, ad eccezione dei centri storici e delle aree di cui all'articolo 21, sono individuate dal comune, in accordo con le associazioni di categoria delle imprese del commercio e del turismo, delle organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti e dell'azienda di promozione turistica, sentite le associazioni dei consumatori. L'accordo, formalizzato in uno specifico incontro di concertazione, è inviato dal Comune per conoscenza alla Regione.

3. Il Comune promuove un ulteriore accordo con i soggetti indicati al comma 2 per disciplinare l'apertura e l'orario delle attività commerciali collocate all'interno di strutture di intrattenimento e svago, in cui la superficie destinata a servizi ed intrattenimento sia pari o superiore al settanta per cento della superficie aperta al pubblico dell'intero complesso.

4. In mancanza di accordo tra le parti, il Comune deve informare tempestivamente la Regione, la quale provvede alla convocazione di una apposita conferenza dei servizi cui partecipano i soggetti indicati al comma 2. In assenza di accordo non si applicano le disposizioni di cui al presente articolo, salvo i centri storici e le aree di cui all'articolo 21.

(1) Articolo sostituito dall'art. 21, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 27 - (Chiusura domenicale, festiva ed infrasettimanale)

1. Ai sensi dell'art. 11, comma 4, del decreto, gli operatori effettuano la chiusura totale degli esercizi nei giorni domenicali e festivi, fatta eccezione per quanto disposto all'art. 26.

2. Ai fini di conseguire una maggiore uniformità a livello regionale, la mezza giornata di chiusura infrasettimanale, facoltativamente disposta dai Comuni ai sensi dell'art. 11, comma 4, del decreto deve coincidere con il lunedì mattina, il giovedì pomeriggio o il sabato pomeriggio. In caso di attività miste, ai fini della individuazione della mezza giornata di chiusura infrasettimanale, il settore alimentare è sempre prevalente su quello non alimentare. [1]

3. Onde garantire un approvvigionamento ininterrotto all'utenza nell'arco dell'intera settimana, è in facoltà dei Comuni di:

a) prevedere che, per lo stesso settore merceologico, la chiusura infrasettimanale possa essere effettuata in uno o altro dei giorni indicati, anche, qualora se ne ravvisi l'opportunità, sulla base di apposite turnazioni;

b) prevedere che, per lo stesso settore merceologico, la chiusura infrasettimanale avvenga in un giorno in alcune zone e in altro giorno in altre zone.

4. In ogni caso qualora nell'arco della settimana vi siano altre festività, non sussiste obbligo di chiusura infrasettimanale.

5. Le determinazioni di cui al comma 3, sono assunte previo parere obbligatorio e non vincolante delle associazioni di categoria degli operatori, dei consumatori e dei lavoratori dipendenti maggiormente rappresentative a livello locale o, in assenza provinciale.

6. Ferme restando le disposizioni particolari previste all'articolo 26, comma 1, nonché per il mese di dicembre, l'accordo di cui all'articolo 26, comma 2, deve contenere anche la individuazione delle otto domeniche o festività annue in deroga, ai sensi dell'articolo 11, comma 5, del decreto, anche in modo differenziato tra zone, nonché di ulteriori aperture domenicali o festive in deroga, nella misura massima di quattro giorni in un anno, per eventi di rilevanza cittadina o di zona o di quartiere o festività del santo patrono. In assenza di tale accordo, il Comune può individuare fino a dodici domeniche o festività in deroga. [2]

6-bis. Gli esercizi commerciali non possono aprire nei giorni del 1° gennaio, 6 gennaio, 25 aprile, 1° maggio, domenica di Pasqua, lunedì di Pasqua, 25 dicembre e 26 dicembre. Il divieto di apertura si estende anche alle aree di cui all'articolo 26, comma 1, lettere a) e b), eccetto per il lunedì di Pasqua e, previo accordo con le associazioni del commercio maggiormente rappresentative a livello provinciale e le organizzazioni sindacali dei lavoratori, per il 25 aprile. [3]

7. I Comuni, su conforme parere delle Associazioni degli imprenditori, dei lavoratori dipendenti e dei consumatori, possono stabilire che nei giorni festivi in cui è ammessa l'apertura, questa riguardi un numero limitato di esercizi sulla base di apposite turnazioni.

(1) Comma modificato dall'art. 22, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma sostituito dall'art. 22, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma aggiunto dall'art. 22, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 28 - (Disposizioni speciali)

1. Ai fini dell'applicazione dell'art. 13, comma 1, del decreto, per esercizi specializzati si intendono quelli che trattano uno o più prodotti ivi indicati su una superficie di vendita pari ad almeno l'80 per cento della superficie di vendita totale.

2. Al fine di quanto previsto all'art. 13, comma 2, del decreto in materia di approvvigionamento di prodotti alimentari in caso di festività consecutive, gli operatori commerciali del settore alimentare possono aprire gli esercizi nei giorni festivi successivi al primo, con orario fino alle ore 13.00.

TITOLO IV OFFERTA DI VENDITA

Art. 29 (Vendite di liquidazione)

1. L'operatore che intenda effettuare una vendita di liquidazione, così come definita dall'art. 15, comma 2, del decreto, deve darne comunicazione al Comune, con lettera raccomandata con avviso di ricevimento, 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, dichiarazione di cessazione all'attività;

b) in caso di liquidazione per la cessione d'azienda, copia dell'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 locali, alternativamente:

1) dichiarazione di esecuzione lavori per un importo superiore ad euro 10.000,00, da comprovare successivamente con copia della fattura;

2) nell'ipotesi di lavori pari o inferiori a euro 10.000,00, dichiarazione di esecuzione dei lavori, da comprovare successivamente, per un importo pari ad almeno euro 100,00 a metro quadrato calcolato sulla superficie di vendita dell'esercizio;

3) dichiarazione di sospensione dell'attività per almeno venti giorni. [1]

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 suddivise per classi omogenee con indicazione della relativa quantità. [2]

2. Le vendite di liquidazione possono essere effettuate in tutto l'anno per una durata massima di sei settimane; nei casi di cui alle lettere a) e b) del comma 1, la durata massima è di 13 settimane. Le vendite di liquidazione per rinnovo locali devono concludersi almeno trenta giorni prima della data di inizio dei saldi. [3]

3. Durante le vendite di liquidazione è vietato introdurre nei locali ulteriori merci oggetto di liquidazione.

(1) Lettera sostituita dall'art. 23, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Lettera modificata dall'art. 23, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma modificato dall'art. 23, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 30 - (Vendite di fine stagione o saldi)

1. Ai fini dell'art. 15, comma 3, del decreto, per prodotti a carattere stagionale o di moda, suscettibili di deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo, 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) [1]

f) le confezioni ed i prodotti tipici natalizi e pasquali, al termine del periodo natalizio e pasquale.

2. I Comuni possono estendere l'elenco dei prodotti di cui al comma 1, sulla base di valutazione degli usi locali, sentite le Associazioni di categoria degli operatori commerciali.

3. La vendita di fine stagione, quale che sia l'estensione merceologica dell'autorizzazione, concerne esclusivamente i prodotti di cui al comma 1 ed eventualmente quelli di cui al comma 2. A tal fine gli esercenti provvedono, durante il periodo di saldo, a separare nettamente i prodotti oggetto della vendita straordinaria da quelli che sono venduti al prezzo ordinario.

4. [2]

5. Le vendite disciplinate dal presente articolo devono essere presentate al pubblico con le sole diciture "vendite di fine stagione" o "saldi". [3]

6. Il periodo di effettuazione dei saldi viene disciplinato con il regolamento di cui all'art. 49.

(1) Lettera abrogata dall'art. 24, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma abrogato dall'art. 24, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma sostituito dall'art. 24, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 31 - (Vendite promozionali)

Le vendite promozionali di prodotti indicati nell'art. 30, comma 1 lett. a), b), c) e d) possono essere effettuate esclusivamente nei seguenti periodi, con preavviso al comune almeno cinque giorni prima: [1]

– 1° ottobre 30 novembre

– 1° aprile - 31 maggio.

2. Le vendite promozionali di prodotti diversi da quelli indicati all'articolo 30, comma 1, lettere a) b) c) e d) possono essere effettuate in qualsiasi momento dell'anno, con preavviso al comune almeno cinque giorni prima. [2]

3. Le vendite promozionali hanno durata non superiore a giorni 30 e non possono susseguirsi l'una all'altra nel medesimo punto di vendita se non decorse almeno tre settimane; delle stesse è dato previo avviso al Comune.

4. Non sono sottoposte ad alcuna formalità, né ai limiti temporali di cui ai commi 2 e 3 le vendite promozionali dei seguenti prodotti:

a) alimentari;

b) casalinghi;

c) igiene e pulizia;

d) articoli per l'arredamento e l'ornamento della casa esclusi i mobili;

e) tessile per la casa. [3]

(1) Alinea modificato dall'art. 25, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma sostituito dall'art. 25, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Comma sostituito dall'art. 25, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

TITOLO V OSSERVATORIO REGIONALE DEL COMMERCIO

Art. 32 (Finalità)

1. In attuazione dell'art. 6, comma 1, lettera g), del decreto è istituito l'osservatorio regionale del commercio con sede presso l'assessorato regionale al commercio.

2. L'Osservatorio regionale, ha la finalità di:

a) realizzare un Sistema informativo della rete distributiva, avvalendosi dei Comuni e del sistema camerale;

- b) valutare l'andamento delle problematiche della distribuzione commerciale nella regione, con particolare riguardo ai processi derivanti dall'entrata in vigore del decreto;
- 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) fornire a tutti i soggetti interessati i dati e le elaborazioni per una migliore conoscenza del settore della distribuzione commerciale, nel rispetto delle disposizioni in materia di riservatezza delle informazioni,

Art. 33 (Composizione e compiti)

1. L'Osservatorio regionale è composto da:

- l'Assessore regionale al commercio, che lo presiede;
- sei membri in rappresentanza dei Comuni, designati dall'Anci regionale;
- due membri, designati dall'U.P.I. regionale;
- due membri designati dall'Unione regionale delle Camere di commercio;
- cinque membri designati dalla Confcommercio dell'Umbria;
- due membri designati dalla Confesercenti;
- due membri designati dalla Lega delle Cooperative dei dettaglianti e dei consumatori;
- un membro designato dall'Unione delle Cooperative;
- cinque membri designati a rotazione dalle Associazioni dei consumatori iscritte all'Albo;
- tre membri designati dai Sindacati dei lavoratori dipendenti maggiormente rappresentativi a livello regionale.
- un membro designato dalle imprese industriali di produzione di beni e servizi; [1]
- un membro designato dalle imprese artigianali di produzione di beni e servizi. [1]

2. Le organizzazioni degli enti locali e delle categorie rappresentate curano che la composizione delle proprie rappresentanze sia articolata e rappresentativa, sia a livello territoriale, sia in ordine alle proprie componenti interne.

3. I componenti dell'Osservatorio sono nominati con decreto del Presidente della Giunta regionale e restano in carica per la durata della legislatura regionale.

4. L'Osservatorio predispose un programma annuale che è approvato dalla Giunta regionale e comunicato alla competente commissione del Consiglio regionale. Per l'organizzazione delle proprie attività l'Osservatorio si avvale dei Comuni e del Sistema camerale ai sensi dell'art. 6, comma 1 lettera g) del decreto o, per compiti specifici, può anche avvalersi della collaborazione di terzi, sulla base di apposite convenzioni.

5. Il Sistema informativo regionale del commercio deve consentire la valutazione della consistenza e delle caratteristiche strutturali e funzionali della rete distributiva al dettaglio, la comparazione del fenomeno distributivo tra le varie parti del territorio e con la rete distributiva nazionale, nonché la valutazione delle variazioni intervenute nel tempo e dei principali processi in atto.

6. Nell'ambito del Sistema informativo si costituisce una banca dati regionale, in collegamento anche con il S.I.T.E.R. di cui alla legge regionale 21 ottobre 1997, n. 31, nella quale confluiscono i dati e le informazioni dei Comuni, del Registro delle imprese e del Repertorio economico e amministrativo presenti presso le Camere di commercio. A tal fine l'osservatorio regionale promuove l'informatizzazione della gestione dei dati relativi al commercio da parte dei Comuni.

7. Le modalità di organizzazione e funzionamento dell'osservatorio regionale, del Sistema informativo e della Banca dati regionale ed ogni altro aspetto regolamentare sono definiti dalla Giunta regionale.

(1) Tratto aggiunto dall'art. 26, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

TITOLO VI ASSISTENZA TECNICA, PROMOZIONE E SVILUPPO DELL'APPARATO DISTRIBUTIVO

Art. 34 (Centri di assistenza tecnica)

1. Per l'attuazione dell'art. 23 del decreto il Regolamento di cui all'art. 49 definisce e individua:

- a) le modalità di autorizzazione regionale ai sensi e per gli effetti dell'art. 23, comma 1 del decreto;
- b) le attività dei centri ammessi a finanziamento con il fondo di cui all'art. 16, comma 1 della legge 7 agosto 1997, n. 266, ed i criteri per la quantificazione dei finanziamenti;
- c) le Associazioni di categoria maggiormente rappresentative cui è demandata la costituzione dei centri di assistenza tecnica;
- d) ogni altra disposizione necessaria alla istituzione e funzionamento dei centri di assistenza tecnica.

Art. 35 (Attività promozionali)

1. La Regione dell'Umbria assume iniziative di promozione del comparto commerciale, con particolare riguardo:

- a) allo sviluppo dell'innovazione ed all'introduzione di sistemi di controllo di qualità;
- b) al commercio elettronico;
- c) alle problematiche connesse al mercato ed alla moneta unica europea;
- d) alla valorizzazione delle produzioni tipiche regionali.

TITOLO VII NORME FINALI E TRANSITORIE

Art. 36 - Termine per la presentazione delle domande. [1]

1. Le domande per l'apertura di nuove grandi strutture di vendita, come definite all'articolo 13, comma 2, possono essere presentate solo a partire dal giorno successivo alla scadenza del termine di cui all'articolo 46-bis.

(1) Articolo sostituito dall'art. 27, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 37 - (Proroga dei termini dell'attivazione delle grandi strutture di vendita)

1. La procedura prevista all'art. 18 della presente legge, si applica anche alle richieste di proroga del termine di 24 mesi, di cui all'art. 22, comma 4, del decreto, per l'attivazione delle grandi strutture di vendita, comprese quelle non ancora attivate alla data di entrata in vigore della presente legge ed oggetto di provvedimenti di proroga.

Art. 38 - (Riduzione dei limiti dimensionali minimi delle medie strutture di vendita) [1]

(1) Articolo abrogato dall'art. 28, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 39 - (Promozione delle medie strutture di vendita)

1. Il rilascio di autorizzazioni all'apertura, trasferimento, ampliamento merceologico o di superficie, accorpamento di medie strutture di vendita di tipo M2 è sospeso sino a quando i Comuni non abbiano provveduto a quanto disposto dagli artt. 19 e 21.

2. [1]

3. [2]

(1) Comma abrogato dall'art. 29, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma abrogato dall'art. 29, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 40 - (Interventi di valorizzazione per il centro storico)

1. Qualora il Comune non ottemperi a quanto disposto dall'art. 21, nel termine ivi previsto al comma 1, e sino a quando non vi abbia provveduto, nel centro storico:

a) nessun vincolo di natura commerciale può essere imposto all'apertura, ampliamento, trasferimento di esercizi di vicinato e medie strutture di vendita di tipo M1;

b) [1]

2. I provvedimenti adottati dai Comuni nei centri storici ai sensi del decreto legge 9 dicembre 1986 n. 832, convertito con legge 6 febbraio 1987, n. 15, conservano piena validità per tutto il periodo compreso tra l'entrata in vigore della presente legge e l'emanazione dello strumento di cui all'art. 21.

(1) Lettera abrogata dall'art. 30, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 42 (Prima nomina componenti Osservatorio regionale)

1. Il Presidente della Giunta regionale provvede alla nomina dei componenti dell'osservatorio regionale del commercio entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sulla base delle designazioni di cui all'art. 33.

Art. 43 (Adempimenti preliminari dei Comuni)

1. Entro trenta giorni dall'entrata in vigore della presente legge i Comuni, al fine di garantire il rispetto dei termini temporali del decreto provvedono:

a) alla ricognizione dei principali dati e caratteristiche dell'apparato distributivo al dettaglio, con particolare riguardo alle medie strutture di vendita ed alla rete distributiva del centro storico;

b) alla ricognizione dello stato di informatizzazione della gestione dei dati e delle procedure relative al commercio, da comunicare all'Ufficio regionale del commercio.

Art. 44 - (Apertura di attività estemporanee)

1. Onde evitare il sorgere di attività estemporanee durante il solo periodo natalizio, con pregiudizio alle politiche di riqualificazione della rete, i Comuni possono disporre la sospensione degli effetti delle comunicazioni di apertura degli esercizi per il periodo compreso tra 15 novembre ed i 15 gennaio. L'apertura può essere effettuata dagli interessati solo decorso detto periodo. [1]

2. La disposizione di cui comma 1 non si applica per la vendita di prodotti tipicamente e specificamente natalizi indicati dai Comuni stessi, quali addobbi, alberi di Natale e simili.

(1) Comma modificato dall'art. 31, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 45 - (Orari di vendita) [1]

(1) Articolo abrogato dall'art. 32, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 46 - (Corsi qualificanti per il settore alimentare)

1. Fino a quando la Regione non avrà disciplinato l'attività formativa relativa ai corsi qualificanti per il settore alimentare ai sensi dell'art. 5, comma 7 del decreto, il requisito professionale per l'esercizio dell'attività di commercio relativa al settore merceologico alimentare, è conseguito mediante il superamento di un esame sulla base di modalità fissate dalla Giunta regionale che potrà avvalersi delle Camere di commercio o di enti di formazione di emanazione di Associazioni di categoria. [1]

1-bis. Ai fini dello svolgimento dell'attività di vendita al dettaglio di prodotti del settore alimentare, sono considerati requisiti idonei il possesso dell'iscrizione al REC di cui all'art. 2 della legge 25 agosto 1991, n. 287, per la somministrazione di alimenti e bevande o la frequenza con esito positivo dei corsi tenuti presso la scuola alberghiera ovvero altra con indirizzo professionale equiparato. [2]

(1) Comma modificato dall'art. 33, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Comma aggiunto dall'art. 33, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 46-bis - Procedimento di verifica. [1]

1. I comuni, entro centottanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, approvano varianti di adeguamento degli strumenti urbanistici, generali o attuativi, al fine di assicurare la conformità degli stessi alle disposizioni della presente legge, anche in attuazione dell'articolo 23, comma 4, della legge regionale 22 febbraio 2005, n. 11.

[2]

(1) Articolo aggiunto dall'art. 34, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) L'art. 1, comma 1, L.R. 24 luglio 2006, n. 10, ha interpretato autenticamente il presente comma nel senso che per "presente legge" si intende la legge regionale 7 dicembre 2005, n. 26.

Art. 46-ter - Centri commerciali disposizioni. [1]

1. Ai fini dell'applicazione delle disposizioni di cui all'articolo 10, comma 3, sono fatte salve le diverse previsioni contenute nei piani urbanistici generali o attuativi, nonché quelle contenute negli strumenti di indirizzo e promozione delle medie strutture di vendita, purché approvati o adottati prima dell'entrata in vigore della presente legge. [2]

(1) Articolo aggiunto dall'art. 34, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) L'art. 1, comma 1, L.R. 24 luglio 2006, n. 10, ha interpretato autenticamente il presente comma nel senso che per "presente legge" si intende la legge regionale 7 dicembre 2005, n. 26.

Art. 47 - (Sanzioni)

1. La sanzione amministrativa prevista dall'art. 22 comma 3 del decreto, si applica anche nei seguenti casi:

a) violazione del divieto di cui alla lettera e) del comma 1 dell'art. 22 con ordine di immediata cessazione della vendita delle merceologie proibite;

b) [1]

c) violazione dell'art. 29 comma 1, anche nel caso di mancata integrazione, nel termine assegnato, della documentazione richiesta, e comma 3;

d) violazione dell'articolo 30, comma 3, limitatamente alla mancata separazione delle merci, e comma 5; [2]

e) violazione dell'art. 31 commi 1, 2 e 3.

e-bis) violazione dell'articolo 15, comma 5 e dell'articolo 20, comma 8-bis. [3]

2. Il comune può disporre la sospensione dell'attività per un periodo non superiore a venti giorni in caso di particolare gravità o recidiva, come definita dall'articolo 22, comma 2 del decreto. [4].

2-bis Chiunque viola le disposizioni di cui agli articoli 25, 26 e 27 è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.000,00 ad euro 6.000,00. [5]

3. Salvo quanto disposto dall'art. 22 del decreto, l'attività di vendita oggetto di comunicazione o autorizzazione è sospesa per un periodo non inferiore a sei mesi e non superiore ad un anno in caso di:

a) trasformazione delle strutture di vendita in violazione dei vincoli tipologici e di articolazione di cui all'art. 4;

b) apertura di un centro commerciale nelle forme e nei modi di cui all'articolo 10, comma 4, senza l'autorizzazione di cui all'articolo 10, comma 5; [6]

c) mancato rispetto dell'art. 22, comma 1, lett. c) in materia di trasferimento di nuove attività dal centro storico;

d) violazione dei vincoli disposti per edifici di carattere storico, archeologico, artistico ed ambientale ai sensi dell'art. 22, commi 4 e 5;

e) apertura di esercizi di vicinato per il solo periodo natalizio, ove ne sia disposta la sospensione ai sensi dell'art. 44; [7]

f) trasferimento dai centri polifunzionali di servizi di cui all'art. 24, comma 5, ove sia disposta la temporanea intrasferibilità.

4. Qualora il soggetto nei cui confronti è stata disposta la sospensione non ottemperi al relativo provvedimento o vi ottemperi soltanto in parte o comunque non elimini la situazione che ha giustificato l'emanazione del provvedimento, si procede alla revoca dell'autorizzazione e comunque alla chiusura dell'esercizio.

5. I provvedimenti di irrogazione della sanzione amministrativa e di sospensione temporanea delle attività di revoca e di chiusura dell'esercizio, di cui al presente articolo, sono adottati dal sindaco del Comune in cui hanno avuto luogo le violazioni.

(1) Lettera abrogata dall'art. 35, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(2) Lettera sostituita dall'art. 35, comma 2, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(3) Lettera aggiunta dall'art. 35, comma 3, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(4) Comma sostituito dall'art. 35, comma 4, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(5) Comma aggiunto dall'art. 35, comma 5, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(6) Lettera sostituita dall'art. 35, comma 6, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

(7) Lettera modificata dall'art. 35, comma 7, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Art. 48 (Norma finanziaria)

1. Il concorso della Regione al funzionamento dell'Osservatorio di cui all'art. 32 della presente legge rientra negli interventi di cui al Titolo II della legge regionale 30 agosto 1988, n. 35. A tal fine il cap. 5690 del bilancio regionale è incrementato per il corrente esercizio finanziario di lire 50.000.000.

2. Ai sensi del Titolo III della legge regionale 30 agosto 1988, n. 35 ed in deroga a quanto ivi previsto all'art. 6, comma 1, lettere a) e b) sono finanziabili gli strumenti predisposti dai Comuni in attuazione della presente legge. A tal fine il cap. 9601 del bilancio regionale è incrementato per il corrente esercizio finanziario di lire 300.000.000.

3. Per le incentivazioni di cui agli artt. 20 e 21, con particolare riferimento all'innovazione e rilancio commerciale nei centri storici ed urbani, conseguentemente alla presente legge, il cap. 5731 del bilancio regionale di cui alla legge regionale 3 aprile

1997, n. 12 Interventi di agevolazione finanziaria per l'assistenza tecnica a favore delle piccole e medie imprese del commercio e dei servizi" è incrementato per il corrente anno finanziario di lire 200.000.000.

4. Agli oneri derivanti dal presente articolo di lire 550.000.000 per il 1999 la Regione fa fronte mediante la riduzione di pari importo al cap. 9710 del bilancio di previsione 1999.

Art. 49 (Rinvio al regolamento)

1. Oltre a quanto previsto dagli artt. 9, 13, 30 e 34 della presente legge, la Giunta regionale, entro 90 giorni dall'entrata in vigore della presente legge, adotta norme regolamentari concernenti gli aspetti operativi e di disciplina della attività di vendita. [1] La presente legge regionale sarà pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge della Regione dell'Umbria.

(1) Comma modificato dall'art. 36, comma 1, L.R. 7 dicembre 2005, n. 26, a decorrere dal 15 dicembre 2005.

Allegati (Omissis)