

Numero della legge: 22

Data: 6 novembre 2019

Numero BUR: 90

Data BUR: 07/11/2019

CAPO I

Disposizioni generali

Sezione I

Principi generali

Art. 1

(Finalità e oggetto)

1. La Regione, nel rispetto dei principi costituzionali e della normativa europea e statale vigente, detta disposizioni in materia di commercio per:

- a) valorizzare e sostenere il commercio, anche attraverso la promozione delle reti di imprese tra attività economiche e la salvaguardia dei mercati di interesse storico, dei locali storici, delle botteghe d'arte e delle attività commerciali e artigianali di tradizione nonché degli esercizi di vicinato;
- b) favorire l'integrazione e l'adeguamento degli strumenti urbanistici generali e di quelli attuativi relativi alla localizzazione delle strutture distributive, garantendo l'equilibrio territoriale tra le diverse funzioni e la valorizzazione dei centri storici e del tessuto urbano, anche attraverso il riuso di strutture dismesse, il recupero del patrimonio edilizio esistente e la riqualificazione di aree degradate che non comportino ulteriore consumo di suolo;
- c) semplificare le procedure, favorendo l'unitarietà dei processi decisionali, nell'ambito di applicazione dei principi e delle norme europee e statali in materia di procedimento amministrativo, modulistica, tempi di durata e trasparenza delle fasi procedurali;
- d) promuovere e sostenere i processi di innovazione tecnologica con particolare riferimento alle micro e piccole imprese;
- e) tutelare i consumatori con un'appropriata comunicazione sui prezzi, sulle loro modalità di comunicazione, sull'implicazione dei prodotti sulla salute e su ogni possibile forma e stile di consumo responsabile;
- f) favorire lo sviluppo e l'adozione di formule commerciali innovative, nonché maggiore flessibilità nell'adeguamento dell'offerta alle mutate esigenze e modalità di consumo, anche consentendo in modo semplificato l'esercizio di attività congiunte tra settori diversi;
- g) promuovere la qualificazione e l'aggiornamento professionale degli operatori del settore;
- h) favorire, con la collaborazione degli enti locali e delle istituzioni statali, ogni forma di legalità e di contrasto all'abusivismo nel rispetto degli accordi e dei contratti collettivi di lavoro;
- i) favorire, anche attraverso strumenti di finanza di progetto o processi di natura associativa privata, pubblica o mista, la messa in rete dei mercati su aree pubbliche e la loro riorganizzazione ed evoluzione;
- l) promuovere la concertazione come metodo di relazione con enti locali, organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative, organizzazioni dei lavoratori e associazioni dei consumatori al fine di perseguire una partecipazione attiva da parte di tutti i soggetti del territorio;
- m) favorire il sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica mediante l'aumento del numero delle rivendite e l'ampliamento delle superfici espositive e di vendita, facilitare l'accessibilità del servizio nei piccoli comuni, nelle aree montane e rurali, promuovere lo sviluppo del servizio anche ai fini turistici e culturali del territorio, favorire il mantenimento del pluralismo della stampa per la salvaguardia della libertà di espressione e l'effettività del diritto all'informazione;
- n) individuare misure dirette a promuovere la protezione degli animali di affezione nell'ambito delle attività finalizzate al commercio degli stessi, favorendo altresì le attività di adozione di animali randagi e di quelli invenduti;
- o) favorire il commercio di prodotti frutto di attività di riciclo, riuso, recupero e rigenerazione di materiali e beni nonché di prodotti sfusi e alla spina al fine di ridurre l'impatto ambientale

accreditamento delle agenzie per le imprese, a norma dell'articolo 38, comma 4, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133), in conformità a quanto previsto dalla normativa statale vigente in materia.

4. A seguito dell'avvio delle procedure abilitative su base telematica e con modulistica unificata adottata a livello regionale, la Regione censisce periodicamente i dati relativi allo sviluppo qualitativo e quantitativo dei settori disciplinati dalla presente legge, individuando i livelli di servizio offerti nei diversi ambiti territoriali, anche ai fini del miglioramento della rete distributiva nel suo complesso e dello sviluppo di eventuali misure di supporto.

5. Al fine di uniformare i procedimenti amministrativi a livello regionale, la Regione si avvale, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza regionale, del sistema informatico di gestione del commercio anche a supporto delle amministrazioni locali.

Art. 14

(Osservatorio regionale sul commercio)

1. È istituito presso la direzione regionale competente in materia di commercio l'Osservatorio regionale sul commercio, di seguito denominato Osservatorio, con le seguenti funzioni:

a) raccolta di dati e di informazioni finalizzati a monitorare lo sviluppo e l'innovazione del settore, al fine di definire gli interventi e le iniziative per il perseguimento delle finalità di cui alla presente legge, tra cui, in particolare, la trasparenza del mercato, la valorizzazione del commercio di vicinato e dei servizi nelle aree svantaggiate, il pluralismo delle tipologie distributive, anche attraverso la promozione di forme aggregative quali le reti di imprese, la modernizzazione e l'evoluzione dell'offerta;

b) monitoraggio e verifica dell'efficacia degli interventi e delle iniziative adottate o promosse dalla Regione in attuazione della presente legge;

c) realizzazione di indagini, studi e ricerche, convegni e seminari sulle attività disciplinate dalla presente legge e sull'evoluzione della rete distributiva anche in relazione ai rapporti con i settori connessi quali la logistica, il trasporto, la trasformazione dei prodotti e la programmazione e tutela del territorio;

d) elaborazione di report annuali sugli esercizi commerciali che hanno cessato l'attività ed analisi dei settori in crisi al fine di adottare iniziative a sostegno dei settori merceologici maggiormente in difficoltà.

2. L'Osservatorio, di durata biennale, rinnovabile, è costituito con decreto dal Presidente della Regione e la partecipazione dei componenti è a titolo gratuito.

3. La Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente, disciplina con propria deliberazione la composizione dell'Osservatorio e le modalità del suo funzionamento.

4. L'Osservatorio esercita le proprie funzioni anche in collaborazione, tra gli altri, con università, centri di ricerca e istituzioni economiche e avvalendosi dei dati della piattaforma digitale regionale di cui all'**articolo 3 ter della legge regionale 20 giugno 2017, n. 6** (Disposizioni per la semplificazione normativa e procedimentale. Abrogazione espressa di leggi regionali), anche ai fini della uniformità e semplificazione dei procedimenti amministrativi a livello regionale.

5. L'Osservatorio trasmette ogni anno alla direzione regionale competente per materia una relazione sullo stato e l'evoluzione della rete commerciale e distributiva regionale.

CAPO II

DISCIPLINA DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI IN SEDE

FISSA E FORME SPECIALI DI VENDITA

Sezione I

Disposizioni comuni

Art. 15

(Definizioni)

1. Ai fini dell'applicazione delle disposizioni contenute nel presente capo si intende per:

a) commercio al dettaglio, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende su aree private in sede fissa, o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale. L'attività commerciale al dettaglio può essere esercitata con riferimento ai settori merceologici alimentare e non alimentare, ovvero ad entrambi;

Art. 31

(Forme speciali di vendita al dettaglio)

1. Costituiscono forme speciali di vendita al dettaglio:

- a) la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo per i beni da esse prodotti, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali, nei musei e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;
- b) la vendita per mezzo di apparecchi automatici;
- c) la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione, compresi quelli telematici;
- d) la vendita presso il domicilio dei consumatori.

2. L'attività di vendita al dettaglio esercitata in una delle forme speciali:

- a) nel caso di cui al comma 1, lettera a), è soggetta a SCIA da presentare al SUAP competente per territorio ai sensi del d.lgs. 222/2016, attraverso l'utilizzo della modulistica unificata adottata dalla Regione;
- b) nel caso di cui al comma 1, lettera b):
 - 1) se viene effettuata attraverso distributori automatici collocati in altri esercizi già abilitati o in altre strutture o sedi, è soggetta a SCIA da presentare al SUAP competente per territorio ai sensi del d.lgs. 222/2016, utilizzando la modulistica unificata adottata dalla Regione;
 - 2) se viene effettuata in modo esclusivo in apposito locale, è soggetta, rispettivamente, a SCIA nel caso di esercizio di vicinato o ad autorizzazione nel caso di media o grande struttura di vendita, da presentare o da richiedere al SUAP competente per territorio ai sensi del d.lgs. 222/2016, utilizzando la modulistica unificata adottata dalla Regione;
 - c) nei casi di cui al comma 1, lettere c) e d), è soggetta a SCIA da presentare al SUAP competente per territorio ai sensi del d.lgs. 222/2016, attraverso l'utilizzo della modulistica unificata adottata dalla Regione.

Art. 32

(Vendite in outlet)

1. All'apertura, al trasferimento di sede, all'ampliamento, all'accorpamento degli outlet si applicano, in relazione alla tipologia dimensionale delle strutture di vendita, le disposizioni previste agli articoli 24, 25, 26 e 28.

2. La denominazione di outlet può essere impiegata soltanto nelle insegne, nelle ditte, nelle comunicazioni commerciali o pubblicitarie e nei marchi propri degli esercizi che svolgono la vendita esclusivamente dei prodotti di cui all'articolo 15, comma 1, lettera v).

3. Qualora un centro commerciale utilizzi la denominazione di outlet, tutti gli esercizi in esso inseriti sono tenuti al rispetto di quanto previsto al comma 2.

Sezione V

Vendite straordinarie

Art. 33

(Vendite di liquidazione)

1. Le vendite di liquidazione sono effettuate, previa comunicazione comprovante le loro cause, al SUAP competente per territorio da effettuarsi almeno venti giorni prima, al fine di collocare sul mercato in breve tempo tutte le merci in caso di:

- a) cessazione dell'attività commerciale;
 - b) cessione dell'azienda ovvero di una o più unità locali in cui è effettuata la vendita di liquidazione;
 - c) trasferimento in altro locale dell'azienda o di una singola unità locale nella quale si effettua la vendita di liquidazione;
 - d) trasformazione o rinnovo dei locali di vendita.
2. Le vendite di liquidazione possono avvenire in qualunque momento dell'anno, ad eccezione di quelle relative alla trasformazione e rinnovo dei locali di vendita, che sono vietate nei trenta giorni precedenti le vendite di fine stagione.

1. La Regione, in collaborazione con i comuni, le istituzioni e le associazioni di categoria del settore:

- a) promuove l'innovazione, l'informatizzazione e la competitività delle imprese del settore, con particolare riguardo ai punti vendita esclusivi;
- b) promuove, all'interno dei punti vendita esclusivi, l'integrazione della vendita di quotidiani e periodici con attività di servizio a favore di soggetti pubblici e privati tese a completare l'offerta alla clientela e a sostenere l'innovatività;
- c) sostiene la formazione e l'aggiornamento professionale degli operatori e del personale;
- d) promuove le reti d'impresa tra i punti vendita esclusivi;
- e) sostiene la lettura e l'accesso alle edicole attraverso una serie di iniziative volte a favorire l'acquisto di prodotti editoriali quotidiani e periodici presso i punti vendita.

2. La Regione, altresì, promuove e sostiene lo sviluppo della rete distributiva, favorendo progetti e iniziative di trasformazione dei punti vendita esclusivi in centri polifunzionali di servizi a favore, tra gli altri, delle amministrazioni territoriali, delle aziende sanitarie locali, delle aziende di trasporto pubblico e delle aziende di promozione turistica, anche ai sensi dell'articolo 4 bis, comma 4, del d.lgs. 170/2001.

3. Il comune competente può stabilire, nel rispetto della normativa statale, attraverso appositi atti convenzionali da stipulare con le associazioni di categoria del settore e/o con le reti d'impresa tra punti vendita esclusivi, la riduzione o lo scomputo di quota parte degli importi dovuti quali corrispettivo delle concessioni di suolo pubblico, degli importi dovuti per le imposte relative a pubblicità o di altra natura per realizzare gli obiettivi di cui ai commi 1 e 2.

4. La Regione sostiene la realizzazione degli obiettivi di cui ai commi 1 e 2 attraverso misure volte a favorire l'accesso al credito e alle garanzie da parte dei punti vendita esclusivi, l'erogazione di contributi e il finanziamento di specifici programmi con le modalità stabilite con delibera della Giunta regionale, previo parere della commissione consiliare competente in materia.

5. La Regione promuove la realizzazione degli obiettivi di cui ai commi 1 e 2 anche attraverso il finanziamento di appositi programmi, con le modalità stabilite dalla Giunta regionale, mediante deliberazione adottata previo parere della commissione consiliare competente in materia di attività produttive, relativamente a:

- a) le modalità di costituzione delle reti di punti vendita esclusivi;
- b) la modalità per la presentazione dei progetti;
- c) i criteri e le modalità per la selezione dei progetti e per la concessione dei relativi finanziamenti;
- d) la misura massima dei finanziamenti.

6. Al finanziamento delle misure e dei progetti di cui al presente articolo si provvede nei limiti delle risorse di bilancio.

Sezione III

Vigilanza e sanzioni

Art. 73

(Vigilanza e sanzioni amministrative)

1. I comuni competenti per territorio esercitano la vigilanza sull'attività di vendita e di distribuzione della stampa quotidiana e periodica e provvedono all'accertamento e irrogazione delle sanzioni di cui al comma 2 e ne introitano i relativi proventi.

2. Chiunque eserciti l'attività di vendita e distribuzione della stampa quotidiana e periodica in violazione delle disposizioni contenute nella presente legge è soggetto, per ciascuna violazione, alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 3.500,00 a euro 10.500,00.

CAPO VI

SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE

Sezione I

Disposizioni comuni

Art. 74

(Definizioni)

1. Ai fini dell'applicazione delle disposizioni contenute nel presente capo si intende per:

- a) somministrazione di alimenti e bevande, la vendita e il relativo servizio per il consumo sul posto di alimenti e bevande, che comprende tutti i casi in cui gli acquirenti consumano i prodotti nei locali dell'esercizio e/o in una superficie aperta al pubblico intesa come adiacente, prospiciente o pertinente al locale, ivi comprese le aree pubbliche come definite dall'articolo 39, comma 1, lettera b), appositamente attrezzate e gestite per la funzionalità del locale, con l'assistenza del personale addetto alla somministrazione;
- b) superficie di somministrazione, la superficie appositamente attrezzata per essere utilizzata per la somministrazione. Rientra in essa l'area occupata da banchi, scaffalature, tavoli, sedie, panche e simili nonché lo spazio funzionale esistente tra dette strutture. Non vi rientra l'area occupata da magazzini, depositi, locali di lavorazione, cucine, uffici e servizi;
- c) domicilio del consumatore, la privata dimora nonché i locali in cui il consumatore si trova per motivi di lavoro, studio o per lo svolgimento di congressi, convegni, ceremonie o altro tipo di eventi;
- d) esercizi di somministrazione, gli esercizi che svolgono l'attività di somministrazione di alimenti e bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione;
- e) autorizzazione stagionale, l'autorizzazione rilasciata per un periodo di tempo, anche frazionato, non inferiore a trenta giorni consecutivi e non superiore a centottanta, che può comprendere anche parte dell'anno successivo a quello in cui ha inizio;
- f) somministrazione nelle mense aziendali, la somministrazione di pasti offerti in strutture dotate di autonomia tecnico-funzionale dal datore di lavoro pubblico o privato ai propri dipendenti ed ai dipendenti di altre aziende convenzionate, in forma diretta o tramite l'opera di altro soggetto con il quale abbia stipulato apposito contratto;
- g) occupazione di suolo pubblico, la concessione a titolo oneroso da parte dell'ente pubblico proprietario di aree pubbliche o private sottoposte a servizi pubblica, contigue e/o prospicienti l'esercizio di somministrazione, al fine di effettuarvi attività di somministrazione di alimenti e bevande;
- h) organizzazioni di categoria delle imprese di somministrazione di alimenti e bevande maggiormente rappresentative, le associazioni di categoria del commercio firmatarie, a livello nazionale, del contratto collettivo del terziario e dei servizi, nonché, a livello provinciale, facenti parte delle CCIAA;
- i) organizzazioni sindacali dei lavoratori, le organizzazioni sindacali firmatarie, a livello nazionale, del contratto collettivo del terziario e dei servizi e del contratto collettivo territoriale;
- l) associazioni dei consumatori, le associazioni facenti parte del CRCU di cui all'**articolo 5 della l.r. 6/2016**;
- m) reiterazione, la commissione della medesima violazione nell'arco di due anni, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione in misura ridotta ai sensi dell'articolo 16 della l. 689/1981;
- n) degustazione, il consumo sul posto di assaggi di alimenti e bevande per fini promozionali e di vendita dei rispettivi prodotti.

Art. 75

(Pubblicità dei prezzi)

1. I prezzi dei prodotti destinati alla somministrazione devono essere resi noti al pubblico:

- a) mediante esposizione di apposita tabella all'interno del locale, nei casi di somministrazione di alimenti e bevande, ivi comprese le attività di ristorazione;
 - b) mediante esposizione di apposita tabella leggibile anche dall'esterno del locale, con esclusione della carta dei vini, limitatamente alle attività di ristorazione.
2. Nella somministrazione con formula a prezzo fisso è vietata l'applicazione di costi aggiuntivi per il servizio; il numero e tipo di portate e di bevande, comprese nel menù a prezzo fisso, devono comunque essere singolarmente specificate, in modo tale da rendere il consumatore consapevole di eventuali costi aggiuntivi.
3. Qualora il servizio di somministrazione sia effettuato al tavolo, la tabella o il listino dei prezzi deve essere posto a disposizione dei clienti prima dell'ordinazione e deve indicare l'eventuale componente del servizio con modalità tali da rendere il prezzo chiaramente e facilmente comprensibile al pubblico.