

LEGGE REGIONALE 11 giugno 1999, n. 17 ¹

Direttive regionali in materia di commercio in sede fissa.
(BUR n. 59 del 15 giugno 1999)

(Testo coordinato con le modifiche e le integrazioni di cui alle LL.RR. 28 agosto 2000, n. 14, 15 dicembre 2000, n. 19 e 13 giugno 2008, n. 15)

N.B. Non si riportano gli allegati alla presente legge.

TITOLO I
Disposizioni generali

Art 1
(Obiettivi ed articolazione dell'intervento regionale)

1. Con la presente legge e con i provvedimenti ad essa collegati e successivi, la Regione disciplina, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, gli indirizzi generali di programmazione commerciale e urbanistica della rete distributiva e gli interventi volti alla qualificazione e allo sviluppo del commercio.
2. Al fine di rendere, operativo il contenuto della presente legge e di disciplinare gli altri aspetti della materia che forma oggetto del d.lgs. n. 114/98, il Consiglio regionale provvede, con atto amministrativo da emanarsi entro novanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, ad approvare un provvedimento attuativo contenente gli indirizzi e i criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita, in sostituzione delle indicazioni della deliberazione del Consiglio regionale 20 marzo 1984, n. 455 in materia di "indicazioni programmatiche di urbanistica commerciale" nonché ulteriore direttive ai Comuni per l'esercizio delle loro funzioni.
3. Gli indirizzi e criteri di programmazione regionale, hanno la durata di quattro anni. A tal fine la Giunta regionale, almeno 120 giorni prima della scadenza del termine temporale di programmazione, trasmette al Consiglio regionale una proposta di aggiornamento, tenuto conto delle relazioni di monitoraggio predisposte dall'osservatorio regionale del commercio, anche con riferimento alla fase di programmazione precedente.
4. Le norme di programmazione relative a ciascuna fase hanno efficacia fino all'entrata in vigore della nuova normativa programmatoria. Con cadenza biennale, sulla base di un rapporto sullo sviluppo della rete distributiva e sullo stato di attuazione degli indirizzi e criteri quadriennali di programmazione predisposto dall'Osservatorio regionale del commercio, la Giunta regionale può sottoporre al Consiglio una proposta di aggiornamento del provvedimento di cui al precedente comma 2.
5. I provvedimenti attuativi previsti dalla presente legge sono adottati sentite le rappresentanze dei Comuni, delle Province e delle Camere di Commercio, nonché le organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e delle organizzazioni sindacali dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello regionale.

¹ Legge richiamata dagli articoli 50, 51 e 52 della L.R. 12 agosto 2002, n. 34

Art. 2
(Finalità)

1. Tenuto conto delle caratteristiche del sistema distributivo della Calabria, la presente legge e i provvedimenti previsti all'articolo precedente perseguono, ciascuno per il proprio ambito di intervento, le seguenti finalità:

- a) la gradualità del passaggio al nuovo assetto normativo previsto dal d.lgs. 114/98, attraverso la promozione, dei processi di ristrutturazione e, riconversione delle attività commerciali esistenti;
- b) lo sviluppo della rete commerciale secondo i criteri di efficienza e modernizzazione, promuovendo l'evoluzione tecnologica dell'offerta e incentivando forme di affiliazione contrattuale o di associazionismo tra gli operatori al fine di conseguire il pluralismo e l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive;
- c) l'equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali in rapporto con l'uso del suolo e delle risorse territoriali in raccordo con le disposizioni delle leggi regionali 2 giugno 1980, n. 20, 11 luglio 1994, n. 16 e 25 febbraio 1995, n. 3 e successive modificazioni , in materia di urbanistica, tutela del territorio e delle zone di particolare interesse ambientale e paesaggistico;
- d) il riequilibrio territoriale della presenza delle medie e grandi strutture di vendita, assicurando il rispetto dei principi della concorrenza e della libertà di impresa, attraverso l'articolazione della programmazione per aree e sub-aree sovracomunali anche al fine di salvaguardare i livelli occupazionali nelle rispettive aree;
- e) il concorso alla valorizzazione delle produzioni tipiche calabresi, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale e, in special modo, alla conservazione e rivitalizzazione dei centri storici;
- f) la rivitalizzazione del tessuto economico, sociale e culturale sia nei centri storici, sia nelle zone rurali e di montagna, anche mediante la promozione di centri polifunzionali;
- g) la tutela dei consumatori, con particolare riguardo alla correttezza dell'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento ed alla sicurezza dei prodotti;
- h) la qualificazione e l'aggiornamento professionale degli operatori commerciali con particolare riguardo ai titolari di piccole e medie imprese;
- i) la predisposizione di un sistema di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva regionale, attraverso il coordinamento operativo tra Regione, Comuni e Camere di Commercio per la gestione dei flussi informativi;
- j) la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi , anche attraverso un sistema decisionale coordinato tra le Regioni le Province - Comuni e le Camere di commercio.

TITOLO II
Programmazione della rete distributiva

Art. 3
(Ripartizione del territorio comunale)

1. Al fine di formulare, indirizzi e obiettivi di espansione della rete distributiva che garantiscano un equilibrato sviluppo territoriale delle diverse tipologie, di vendita, il territorio della Calabria è suddiviso in 17 aree sovracomunali di gravitazione commerciale configurabili come unico bacino di utenza.
2. Nell'ambito di determinate aree di gravitazione commerciale viene individuata un'ulteriore ripartizione in sub- aree aventi caratteristiche socio-economiche omogenee, che possono costituire oggetto di previsione di specifici obiettivi e indici di sviluppo della rete di vendita o di scelte di priorità al fine di perseguire una equilibrata distribuzione delle tipologie di vendita sul territorio.
3. L'elenco dei Comuni appartenenti alle singole aree sovracomunali omogenee e alle sub - aree è contenuto nell'allegato A.

Art. 4
(Classificazione dei Comuni)

1. Ai fini della presente legge e dei provvedimenti attuativi, i Comuni sono suddivisi nella seguenti quattro classi:
 - Classe I - Comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti;
 - Classe II - Comuni con popolazione superiore a 10.000 e fino a 50.000 abitanti;
 - Classe III - Comuni con popolazione superiore a 3.000 e fino a 10.000 abitanti;
 - Classe IV - Comuni con popolazione fino a 3.000 abitanti.

Art. 5
(Priorità per il rilascio delle autorizzazioni)

1. Tra più domande concorrenti relative all'apertura di medie o grandi strutture di vendita è data priorità a quelle che prevedono la concentrazione di due o più preesistenti medie o grandi strutture, purché sussistano tutte le ulteriori seguenti condizioni:
 - a) le strutture di vendita concentrate siano ubicate nella medesima sub- area di cui all'art. 3, comma 2;
 - b) tra le strutture di vendita concentrate ve ne sia almeno una della medesima tipologia dimensionale o della tipologia dimensionale immediatamente inferiore a quella della nuova struttura che si intende realizzare;
 - c) trattandosi di realizzazione di una nuova struttura alimentare o mista, la somma delle superfici di vendita alimentari delle strutture concentrate sia almeno pari al 70 per cento della superficie alimentare richiesta per la nuova struttura e la domanda sia corredata da impegno di reimpiego del personale;

d) trattandosi di realizzazione di una nuova struttura non alimentare il richiedente abbia partecipato ad uno dei corsi di cui al comma 5 o sia comunque in possesso del requisito di adeguata qualificazione ai sensi del comma 4.

2. Tra tali domande hanno una ulteriore priorità quelle che dimostrino:

a) l'impegno al reimpiego del personale dei preesistenti esercizi secondo le modalità di cui al successivo comma 6,

b) un'adeguata formazione professionale dei titolari, o loro delegati attraverso la frequenza dei corsi di aggiornamento di cui all'art. 5, comma 9, del d.lgs. 114/1998.

3. Nei casi in cui il reimpiego del personale già operante presso esercizi commerciali per i quali si prevede l'accorpamento o la concentrazione costituisca presupposto, in conformità con quanto disposto all'art. 10 del d.lgs. 114/98, per usufruire di criteri di priorità o di automatismi all'apertura o all'ampliamento di medie o grandi strutture di vendita, si applicano le seguenti disposizioni:

a) l'onere del reimpiego del personale si intende assolto, quale che sia l'esito della trattativa di assunzione, qualora l'istanza di apertura o ampliamento di esercizi sia accompagnata da proposta formale, indirizzata all'impresa da accorpare o concentrare di assunzione in prova del personale in essa operante;

b) L'accettazione della proposta di assunzione, nel termine di 90 giorni, può intervenire da parte del titolare stesso dell'esercizio da accorpare o concentrare da parte di altro personale dell'impresa, con l'assenso del titolare.

4. Il requisito del possesso di adeguata qualificazione nel settore del commercio è riconosciuto a coloro che, secondo la pregressa disciplina, facente capo alla Legge 11 giugno 1971, n. 426, avevano titolo ad iscriversi al Registro esercenti il Commercio.

5. Per l'individuazione del soggetto al quale il possesso di adeguata formazione attribuisce titolo di priorità ai sensi del presente articolo, si applicano i medesimi principi valevoli in tema di requisito professionale per il commercio alimentare.

Art. 6

(Automatismi per concentrazione o accorpamento)

1. Non può essere negata l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita in caso di concentrazione o accorpamento di più esercizi di vicinato, di cui all'art. 4, comma 1, lettera d), del d.lgs. 114/1998, operanti nello stesso comune e autorizzati ai sensi dell'art. art. 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426 per la vendita di prodotti di largo e generale consumo.

2. Non può essere negata l'autorizzazione all'ampliamento di superficie di medie o grandi strutture di vendita qualora concorrano le seguenti condizioni:

a) vi sia concentrazione o accorpamento di due o più esercizi autorizzati ai sensi dell'art. 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426, per la vendita di prodotti di largo e generale consumo;

b) l'ampliamento sia contenuto entro i limiti dimensionali massimi previsti per le medie strutture di vendita o, nel caso di grandi strutture di vendita, entro il 20 per cento di superficie

in più, rispetto a quella autorizzata alla data di entrata in vigore della presente legge o indicata nel provvedimento di autorizzazione all'apertura, se ad essa successivo;

3. La superficie di vendita della nuova media struttura, nell'ipotesi di cui al comma 1, e la superficie aggiuntiva concessa, nel caso dell'ampliamento di cui al comma 2, non possono essere superiori al valore di 250 o 150 mq. a seconda che il comune abbia più o meno di 10.000 abitanti moltiplicato per il numero degli esercizi concentrati o accorpati.

4. Le medie e le grandi strutture, in relazione ai settori merceologici di cui è autorizzata la vendita, si suddividono nelle seguenti categorie:

A - Strutture di vendita autorizzate per il solo settore alimentare o per entrambi i settori, alimentare e non alimentare;

B - Strutture di vendita autorizzate per il solo settore non alimentare.

5. I centri commerciali, come definiti dall'art. 4, comma 1, lettera g), del d.lgs. 114/1998, necessitano:

a) di autorizzazione per il centro come tale, in quanto media o grande struttura di vendita che è richiesta dal suo promotore o, in assenza congiuntamente da tutti i titolari degli esercizi commerciali che vi danno vita;

b) di autorizzazione o comunicazione, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.

Art. 7

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

1. Le domande di apertura, ampliamento e trasferimento di una grande struttura di vendita sono inoltrate al Comune competente, utilizzando la modulistica di cui all'art. 10, comma 5, del d.lgs. 114/98, unitamente alla seguente documentazione:

a) una relazione illustrativa contenente gli elementi per la valutazione della conformità dell'insediamento alle previsioni degli strumenti urbanistici comunali e alla programmazione territoriale regionale;

b) il progetto definitivo dell'intervento, comprendente piani e sezioni del fabbricato con indicazione delle superfici e delle destinazioni d'uso dei locali, planimetrie con indicazioni delle superfici delle, aree a parcheggio e delle aree libere, e degli accessi e dei percorsi veicolari;

c) relazione tecnico-economica sulla iniziativa proposta, contenente le previsioni occupazionali per la nuova struttura e una valutazione dell'impatto sulla rete di vendita e, sulla viabilità nell'area di presunta attrazione, tenendo conto della popolazione residente e fluttuante.

2. Nel caso di domande prive delle indicazioni di cui all'art 9, comma 2, del d.lgs 114/98 o degli elementi di cui al comma precedente, il Comune, entro dieci giorni dal suo ricevimento, invita l'interessato a procedere alla loro integrazione o regolarizzazione nel termine di 30 giorni, decorso

inutilmente il quale le stesse si intendono rinunciate. Le domande prendono data dal giorno del ricevimento della loro integrazione o regolarizzazione.

3. L'esame delle domande in sede di conferenza di servizi avviene solo se l'ubicazione della struttura commerciale è prevista in aree o immobili conformi per insediamenti commerciali al dettaglio. In difetto, la domanda si intende respinta.

4. Al fine della comparazione delle domande in relazione ai criteri di priorità, sono considerate concorrenti quelle regolarmente inoltrate ai Comuni di una medesima *area di gravitazione commerciale*.²

5. I Comuni entro il giorno 15 di ciascun mese, trasmettono alla Regione le istanze regolarmente inoltrate nel mese precedente, indicando la relativa conferenza di servizi da svolgersi, nel corso del mese successivo, in data fissata dalla Regione sulla base di apposito calendario.

6. La Regione, nel corso della seconda metà di ogni mese, valuta i titoli di priorità delle istanze trasmesse dai Comuni, attribuendo alle stesse eventuali punteggi previsti nel provvedimento di cui all'art. 1, comma 2.

7. La conferenza di servizi si svolge presso la sede della Regione, con la partecipazione di un rappresentante della Regione, di uno della Provincia e di uno del Comune. Le deliberazioni della Conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti; il rilascio della autorizzazione é subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Alla conferenza partecipano, a titolo consultivo, L'ANCI, nonché le organizzazioni dei consumatori, le imprese del Commercio e le organizzazioni sindacali dei lavoratori, maggiormente rappresentative a livello regionale.

8. Al fine di una puntuale valutazione dello sviluppo omogeneo del territorio, la Camera di commercio, nell'ambito della conferenza dei Servizi, relaziona sullo stato di avanzamento della rete delle medie e grandi strutture di vendita nel proprio territorio, sulla base delle risultanze dell'attività di monitoraggio di cui al successivo art. 19.

9. L'Assessorato regionale competente specifica gli elementi informativi che il Comune deve fornire ai componenti la conferenza di servizi e ai partecipanti a titolo consultivo e le modalità di comunicazione.

10. La domanda documentata a norma, per la quale non sia stata comunicato il diniego entro 120 giorni dall'indizione della conferenza, è ritenuta accolta.

*11. L'esercizio deve essere attivato entro il termine di due anni dall'autorizzazione, salvo proroga in caso di comprovata necessità.*³

12. Anche sulla base delle risultanze dell'attività di monitoraggio dell'osservatorio Regionale, le province e le Camere di Commercio possono promuovere intese tra Comuni al fine di coordinare e armonizzare le scelte programmatiche in materia di grandi strutture di vendita e garantire la migliore integrazione fra le differenti forme distributive all'interno dei bacini di utenza omogenei. Nel caso di intese riferite a bacini di utenza omogenee che interessino più province, tali intese sono promosse dalla regione.

² Comma così sostituito dall'art. 36, comma 8, della L.R. 28 agosto 2000, n. 14

³ comma così modificato dall'art. 36 della L.R. 28 agosto 2000, n. 14

Art. 8
(Subingresso)

1. Il trasferimento della gestione e dello titolarità di un esercizio di vendita per atto tra vivi o a causa di morte comporta il trasferimento della titolarità dell'autorizzazione , sempre che il subentrante possieda i requisiti di cui all'art. 5 del d.lgs 114/1998.

2. *La comunicazione di subingresso è presentata entro un anno dalla morte del titolare o entro sei mesi dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio.*⁴

3. In caso di morte del titolare l'autorizzazione è reintestata all'erede o agli eredi che ne facciano domanda, purché gli stessi abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'art. 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società di persone, sempre che abbiano i requisiti di cui all'art. 5 del decreto.

4. Qualora si tratti di esercizi relativi al settore merceologico alimentare, gli eredi reintestari dell'autorizzazione che ne siano sprovvisti devono acquisire i requisiti professionali di cui all'art. 5 del d.lgs n. 114/98 entro sei mesi dalla reintestazione.

TITOLO III
Disposizioni di carattere urbanistico

Art. 9
(Dotazione di aree a parcheggio)

1. I Comuni in sede di formazione degli strumenti urbanistici generali o nella revisione di quelli vigenti provvedono a definire, previa analisi dello stato di fatto e delle previsioni di nuovi insediamenti commerciali, le zone destinate a parcheggio nei limiti minimi di seguito indicati oltre quelli previsti dalla legislazione nazionale.

2. La dotazione di are destinate a parcheggio è stabilita:

a) per le aree di centro storico, nella misura stabilita nei piani di parcheggi dei Comuni che, di norma, non può risultare inferiore a 0,4 mq. Per ogni mq. di superficie di vendita e può essere disponibile, in un raggio di almeno 300 mt. dal perimetro dell'area dell'intervento.

b) nelle altre zone territoriali nella misura di 1,5 mq. per ogni mq. di superficie di vendita per gli esercizi di vicinato del settore alimentare, di 0,8 mq. per ogni mq. di superficie di vendita per gli esercizi di vicinato del settore non alimentare, di 2 mq. per ogni mq. di superficie delle medie e grandi strutture autorizzate per il settore alimentare e di 1,5 mq. per ogni mq. di superficie di vendita per le medie e grandi strutture non alimentari;

c) per le zone di espansione, limitatamente alle grandi strutture di vendita del settore alimentare nella misura di 2,5 mq. per ogni mq. di superficie di vendita.

3. I requisiti relativi alle aree destinate a parcheggio devono sussistere anche a seguito di modifiche della superficie di vendita che comportino il rilascio di nuova autorizzazione.

⁴ comma così sostituito dall'art. 36 della L.R. 28 agosto 2000, n. 14

4. Per gli esercizi di vicinato le dotazioni dei parcheggi, da reperire anche su aree pubbliche, possono essere ridimensionate dal Comune nei seguenti casi:

- a) ubicazione del punto vendita in zone a traffico limitato o escluso;
- b) prevalente carattere pedonale dell'utenza;
- c) aree interessate all'operatività di programmi integrati per la rivitalizzazione della rete degli esercizi di vicinato e per la riqualificazione ambientale.

5. Specifici accordi di programma possono essere promossi tra Comuni, Province e Regione, finalizzati alla definizione della destinazione urbanistica e delle problematiche di viabilità di aree territoriali a dimensione sovracomunale, caratterizzate da elevate presenze o previsioni di sviluppo delle grandi strutture di vendita.

Art. 10

(Correlazione tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale)

1. Il rilascio delle concessioni edilizie per le medie e grandi strutture di vendita avviene, in raccordo con quanto previsto nei regolamenti edilizi relativamente alla disciplina per il rilascio delle stesse, non oltre 60 giorni dal rilascio delle autorizzazioni amministrative al commercio, al termine dei procedimenti previsti per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie delle stesse.

2. Per le medesime finalità le istanze volte all'ottenimento di autorizzazioni per le medie o grandi strutture di vendita debbono essere corredate da un attestato di conformità urbanistica delle aree e dei locali indicati, rilasciato dai componenti uffici comunali, o da dichiarazione sostitutiva.

3. L'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata dai Comuni soltanto in conformità agli strumenti di pianificazione territoriale, paesaggistica e urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standard urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento, nonché del rispetto della normativa regionale sul rilascio dell'autorizzazione paesistica.

TITOLO IV

Indicazione ai comuni

Art. 11

(Strumenti comunali di programmazione ed incentivazione)

1. I Comuni, per l'esercizio delle funzioni di loro competenza e secondo le specifiche indicazioni contenute negli indirizzi e criteri per la programmazione di cui all'art. 1 comma 2, entro 120 giorni dall'entrata in vigore di quest'ultimo si dotano di appositi piani o provvedimenti contenenti:

- a) i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita, da indicare previa analisi ricognitiva e valutazione della rete distributiva comunale, nonché il termine, non superiore ad un anno entro il quale l'esercizio commerciale deve essere attivato, decorso il quale l'autorizzazione s'intende decaduta;
- b) gli strumenti di promozione e sviluppo del tessuto commerciale nei centri storici.

2. In caso di inerzia da parte dei Comuni nell'esercizio delle funzioni di programmazione, la Regione provvede in via sostitutiva, ai sensi dell'art. 6, comma 6, del d.lgs 114/98, adottando le norme necessarie, che restano in vigore fino all'emanazione dei piani o provvedimenti comunali.

3. Entro centottanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, i Comuni possono inibire o sospendere, per un periodo definito o comunque non oltre il termine previsto dall'art. 10, comma 1 lettera c), del d.lgs 114/98, gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato, con un provvedimento che individui per l'intero territorio comunale, o parte di esso, la sussistenza di una o più delle seguenti condizioni:

a) esistenza di aree urbane non idonee all'insediamento commerciale per vincoli o limiti previsti in provvedimenti normativi ;

b) esecuzione di programmi comunali di valorizzazione e qualificazione della rete commerciale diretti alla realizzazione di infrastrutture e servizi adeguati alle esigenze dei consumatori;

c) esigenze di tutela di specifiche aree localizzate nei centri storici, o di edifici di interesse storico, archeologico e ambientale.

4. L'ultimo periodo della lettera a) dell'articolo 3 della legge regionale 25 agosto 1987, n. 26, è sostituito con il seguente: "la spesa ammissibile alle predette agevolazioni non può superare per singolo intervento, la somma di lire 1 miliardo", ai fini delle agevolazioni sono altresì compresi gli interventi promossi dai Comuni relativi alla valorizzazione commerciale delle aree urbane, alla tutela dei centri storici, allo sviluppo dei centri di minor consistenza demografica e alla programmazione del commercio su aree pubbliche, sulla base delle indicazioni contenute nella normativa regionale di attuazione degli articoli 6 e 28 del decreto legislativo n. 114 del 1998 e in conformità agli indirizzi e alle direttive regionali di urbanistica commerciale.

5. La lettera b) dell'articolo 3 della legge regionale 25 agosto 1987, n. 26, è sostituita con la seguente:

"b) elaborazione da parte dei comuni dei piani per l'insediamento delle medie strutture di vendita previsti dalla normativa regionale di attuazione dell'articolo 6 del decreto legislativo 114/1998 e di studi di fattibilità per gli interventi di valorizzazione commerciale delle aree urbane, dei centri storici e dei centri di minor consistenza demografica di cui alla precedente lettera a) dell'articolo 3; l'importo relativo agli elaborati suddetti sarà assistito da un contributo in conto capitale nella misura del 50 per cento se trattasi di piani o studi di fattibilità riferiti ad un solo comune o del 100 per cento se trattasi di piani o studi di fattibilità a scala sovracomunale e comprendenti almeno tre comuni ricadenti nelle aree o nelle sub – aree sovracomunali individuate dalla predetta normativa regionale".

Art. 12

(Progetti di valorizzazione commerciale delle aree urbane)

1. Per centri storici, oggetto del presente articolo, si intendono le aree riconosciute tali dai Comuni ai fini degli interventi di promozione e programmazione delle attività commerciali o, in mancanza, come delimitate negli strumenti urbanistici comunali.

2. I Comuni approvano progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane al fine di promuovere il rilancio e la qualificazione dell'assetto commerciale dei centri storici e delle aree di servizio consolidate.

3. Ai fini dell'elaborazione dei progetti, i Comuni individuano le aree urbane nelle quali sussistono problemi di salvaguardia della rete commerciale tradizionale e di valorizzazione dell'attività commerciale e urbana.

4. Il progetto di valorizzazione commerciale è elaborato d'iniziativa del Comune mediante la concertazione fra i diversi soggetti pubblici e privati interessati che ne facciano richiesta. Sono soggetti interessati tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, compresi gli esercenti attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande di cui alla legge n. 287/1991, nonché gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valore storico e tradizionale operanti all'interno dell'area individuata dal Comune. Nell'elaborazione del progetto il Comune esamina le politiche pubbliche riferite all'area, la progettualità privata e l'efficacia degli strumenti normativi e finanziari in atto, al fine del rilancio e della qualificazione dell'area stessa e dell'insieme delle attività economiche in essa presenti.

5. Il progetto di valorizzazione commerciale prevede la realizzazione di opere infrastrutturali e di arredo urbano o di rilevante riorganizzazione della logistica e può inoltre prevedere:

a) l'attivazione o la modifica di servizi urbani;

b) il riuso di contenitori utilizzabili per l'insediamento di nuove attività o per la riqualificazione di quelle esistenti;

c) la formazione di nuovi complessi commerciali di vicinato intesi come aggregazione di singoli esercizi di vicinato che usufruiscono di servizi e spazi in comune;

d) l'attuazione di azioni di promozione.

6. Ai fini della realizzazione del progetto, il Comune stipula una convenzione che fissa i reciproci impegni delle parti coinvolte.

7. Il Comune, sulla base del progetto, può :

a) incentivare la riqualificazione delle, attività economiche esistenti o la loro concentrazione o accorpamento;

b) vietare i cambi di destinazione d'uso degli immobili da attività commerciale, artigianale o di pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione dell'attività.

8. Nell'ambito delle aree individuate ai sensi dell'art. 11, comma 3 e del comma 3 del presente articolo, la sospensione o inibizione degli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato, nei termini indicati dal predetto art. 11, è disposta sulla base di specifiche valutazioni circa l'impatto dei nuovi esercizi sull'apparato distributivo e sul tessuto urbano anche in relazione agli obiettivi ed alla tempistica dei progetti di cui al presente articolo.

9. La Regione attribuisce titolo di priorità agli interventi compresi nei progetti di valorizzazione, di cui al presente articolo, ai fini della concessione dei contributi previsti all'art. 3, lett. b), della legge regionale 25 agosto 1987, n. 26 e promuove il coordinamento con l'attuazione degli interventi

previsti da altre leggi regionali che possono applicarsi ai medesimi progetti, al fine di assicurare un'interrelazione fra le diverse forme di finanziamento.

Art. 13

(Tutela dei centri storici e delle aree di valore storico, artistico, archeologico e ambientale)

1. I Comuni possono individuare gli immobili, le aree o i complessi di immobili per i quali, in relazione al particolare e specifico pregio storico, artistico, archeologico o ambientale, sono previste disposizioni regolamentari o urbanistiche di salvaguardia in relazione all'esercizio di attività commerciali, anche al fine di rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali in ordine alla viabilità ed alla mobilità dei consumatori e dell'arredo urbano.

2. Ferme, restando le competenze statali in materia di tutela di beni storici, le disposizioni di salvaguardia di cui al precedente comma, possono riguardare:

a) l'esclusione della vendita di determinati prodotti o merceologie;

b) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine, degli elementi di arredo esterno degli esercizi commerciali, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti;

c) specifiche deroghe, nel rispetto della legge, ai requisiti igienico-edilizi relativi alle attività commerciali ed ai pubblici esercizi esistenti, tendenti a consentirne la permanenza;

d) specifici divieti di cambiamento di destinazione d'uso degli immobili.

3. I Comuni possono prevedere misure di agevolazioni tributaria per la ristrutturazione degli esercizi commerciali, in attuazione di quanto previsto nelle lettere b) e c) del precedente comma 2.

Art. 14

(Sviluppo e rivitalizzazione dei centri di minor consistenza demografica)

1. Per la rivitalizzazione e lo sviluppo della rete di vendita nel territorio comunale, nelle frazioni e nelle altre aree con popolazione inferiore a 3.000 abitanti, nonché nelle zone montane, individuate con atto della Provincia ove le stesse ricadono, i Comuni possono dotarsi di appositi strumenti di promozione e sviluppo, comprendenti la possibilità di realizzazione di centri polifunzionali di servizio.

2. Ai fini dell'efficacia degli strumenti di promozione e sviluppo, i comuni possono prevedere, per gli esercizi interessati:

a) l'esenzione da vincoli di orario o di chiusura domenicale e festiva;

b) l'esenzione da tributi locali e regionali.

3. I centri polifunzionali prevedono la presenza in unica struttura, o complesso unitario, di:

a) attività di vendita di prodotti vari con valorizzazione delle produzioni agroalimentari ed artigianali calabresi;

b) servizi per la promozione del territorio;

c) attività di pubblico esercizio, di vendita di giornali, di servizi di informazione e telecomunicazione, compresi servizi pubblici e di interesse pubblico da affidare in convenzione.

4. I centri polifunzionali sono promossi curando la massima accessibilità all'utenza e la loro collocazione anche al servizio di più centri abitati circostanti. Della loro presenza è data idonea informazione agli utenti, anche mediante segnalazione a distanza con apposita segnaletica Stradale.

5. Ai centri polifunzionali è dato riconoscimento con deliberazioni della Giunta regionale, su istanza dei Comuni sul cui territorio gli stessi sono costituiti.

6. La Regione può disporre che l'allestimento dei centri polifunzionali avvenga con criteri unitari mediante strutture ed attrezzature uniformi in tutto il territorio calabrese e può intervenire con finanziamenti volti ad agevolare la costituzione e il funzionamento.

7. I Comuni possono procedere all'autointestazione e contestuale cessione di azienda a terzi di attività commerciali, assunte per finalità di servizio alla collettività.

8. Con appositi provvedimenti, la Giunta regionale definisce gli ulteriori adempimenti necessari all'applicazione del presente articolo.

Art 15

(Procedura per l'individuazione dei Comuni turistici e delle città d'arte)

1. Ai fini di quanto previsto nell'articolo 12 del d.lgs. 114/98 presso l'Assessorato al commercio della Regione è tenuto l'elenco regionale dei comuni ad economia prevalentemente turistica e delle città d'arte nel quale sono iscritti, su indicazione dell'Assessorato al turismo, i Comuni e le città d'arte che rientrano nei parametri indicati nell'allegato B alla presente legge.

2. Condizione per l'inserimento nell'elenco regionale, di cui al precedente comma 1, è la sussistenza di almeno due parametri tra quelli riportati nell'allegato B, ovvero la presenza di almeno un sito di interesse artistico individuato dalla Regione ai sensi dell'articolo 2 del D.P.R. 13 dicembre 1995.

3. I Comuni possono proporre alla Giunta regionale l'inserimento nell'elenco regionale, indicando le zone interessate da flussi turistici, nonché i periodi di maggiore afflusso turistico, sulla base di quanto indicato nel presente articolo e dei parametri contenuti nell'allegato B, con la consultazione delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e del turismo e dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello comunale, della quale si dà conto nella richiesta di inserimento nell'elenco.

4. Qualora non ricorrano le condizioni di cui ai precedenti commi 1 e 2, i comuni potranno comunque avanzare richiesta di inserimento nell'elenco, inoltrando alla Giunta regionale adeguata documentazione attestante l'esistenza del piano di indirizzo e di regolazione degli orari adottato dal comune sulla base di quanto previsto dall'art. 36, comma 3, della legge 8 giugno 1990, n. 142, sentite le organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e del turismo e dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello comunale.

5. Per l'individuazione di zone del territorio, il Comune verifica la presenza in tali aree di un'adeguata densità di strutture ricettive, pubblici esercizi e strutture commerciali, anche di vicinato, funzionali alle esigenze della domanda turistica, anche in relazione a limitati periodi dell'anno. Per le città d'arte tali zone coincidono con le aree classificate dallo strumento urbanistico comunale come centro storico.

TITOLO V

Vendite di liquidazione e di fine stagione

Art. 16

(Vendite di liquidazione)

1. L'operatore che intenda effettuare una vendita di liquidazione deve darne comunicazione al Comune almeno 15 giorni prima della data in cui deve avere inizio. La comunicazione deve contenere:

- a) in caso di liquidazione per cessazione dell'attività commerciale, atto di rinuncia all'autorizzazione per le medie o grandi strutture di vendita ovvero, per gli esercizi di vicinato, dichiarazione di cessazione dell'attività;
- b) in caso di liquidazione per cessione d'azienda, copia del contratto, non preliminare, redatto con atto pubblico o scrittura privata registrata;
- c) in caso di liquidazione per trasferimento in altri locali, copia della comunicazione di trasferimento, se trattasi di esercizi di vicinato, ovvero dell'autorizzazione negli altri casi, unitamente a prova della disponibilità dei nuovi locali;
- d) in caso di liquidazione per trasformazione o rinnovo dei locali, dichiarazione di esecuzioni dei lavori per un importo non inferiore a Lire 100.000, IVA esclusa, a metro quadrato, fino ad un valore di 10 milioni, da comprovare successivamente con copia delle fatture;
- 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.

2. Al termine della vendita di liquidazione per il rinnovo o la trasformazione dei locali l'esercizio deve essere immediatamente chiuso per il tempo necessario all'effettuazione dei lavori e comunque per un periodo non inferiore a cinque giorni.

3. Le vendite di liquidazione possono essere effettuate, per una durata massima di sei settimane, in ogni periodo dell'anno esclusi il mese di dicembre ed i trenta giorni precedenti l'inizio di ciascun periodo di vendite di fine stagione.

Art. 17

(Vendite di fine stagione o saldi)

1. Per prodotti a carattere stagionale o di moda, suscettibili di deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo e che possono essere oggetto di vendita di fine stagione, si intendono:

- a) i generi di vestiario e abbigliamento in genere;
- b) gli accessori dell'abbigliamento e la biancheria intima;

- c) le calzature, pelletterie, gli articoli di valigeria e da viaggio;
- d) gli articoli sportivi;
- e) gli articoli di elettronica;
- f) le confezioni ed i prodotti tipici natalizi, al termine del periodo natalizio.

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

3. L'esercente che intende effettuare una vendita di fine stagione o saldo deve, darne comunicazione al Comune, almeno 5 giorni prima, indicando:

- a) la data di inizio e la durata della vendita;
- b) i prodotti oggetto della vendita;
- c) la sede dell'esercizio;
- d) le modalità di separazione dei prodotti offerti in vendita di fine stagione, da tutti gli altri.

3 bis. L'avvio per il periodo dei saldi estivi ed invernali, di norma, è rispettivamente previsto per la prima decade del mese di luglio e gennaio, secondo le modalità del successivo comma 4⁵.

4. Le vendite di fine stagione o saldi debbono essere presentate al pubblico come tali e possono essere effettuate per i periodi e per la durata da determinarsi con atto della Giunta regionale, anche con differenziazioni per ambiti provinciali, sentiti i rappresentanti degli enti locali, le organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio e dei sindacati dei lavoratori maggiormente rappresentative a livello regionale.⁶

5. Le vendite promozionali possono essere liberamente effettuate salvo le prescrizioni derivanti dal diritto comunitario vigente in materia. Per lo svolgimento delle vendite promozionali, effettuate all'interno degli esercizi commerciali, non occorre l'ottenimento di autorizzazioni preventive né si applicano limitazioni di ordine temporale o quantitativo. Le vendite promozionali non possono essere effettuate nei 15 (quindici) giorni precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti.⁷

Art. 18 **(Disposizioni comuni)**

1. Nelle vendite di liquidazione e di fine stagione è vietato il riferimento a vendite fallimentari, aste, vendite giudiziarie, giochi a premio nonché la vendita con il sistema del pubblico incanto.

2. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità delle asserzioni pubblicitarie che debbono essere presentate graficamente in modo non ingannevole e contenere gli estremi delle comunicazioni, la durata e l'oggetto della vendita.

3. I prodotti offerti in vendita straordinaria debbono essere nettamente separati da quelli eventualmente, posti in vendita alle condizioni ordinarie. In mancanza di separazione tutti i prodotti esposti debbono essere venduti alle condizioni più favorevoli previste per la vendita straordinaria, salvo il caso in cui gli stessi non possano essere oggetto di tale forma di vendita.

⁵ Comma aggiunto dall'art. 30 comma 1 lett. a) della L.R. 13 giugno 2008, n. 15.

⁶ Comma così sostituito dall'art. 36 della L.R. 28 agosto 2000, n. 14.

⁷ Comma aggiunto dall'art. 30 comma 1 lett. b) della L.R. 13 giugno 2008, n. 15.

4. Nel caso in cui per una stessa voce merceologica si praticino prezzi di vendita diversi, a seconda della varietà degli articoli che rientrano in tale voce, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più alto e quello più basso con lo stesso rilievo tipografico.

5. Le vendite promozionali possono essere liberamente effettuate salvo le prescrizioni derivanti dal diritto comunitario vigente in materia. Per lo svolgimento delle vendite promozionali, effettuate all'interno degli esercizi commerciali, non occorre l'ottenimento di autorizzazioni preventive né si applicano limitazioni di ordine temporale o quantitativo. Le vendite promozionali non possono essere effettuate nei 15 (quindici) giorni precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti.⁸

5. Nel caso in cui sia indicato un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce reclamizzata devono essere venduti a tale prezzo.

6. I prezzi pubblicizzati debbono essere praticati nei confronti di qualsiasi compratore, senza limitazioni di quantità e senza abbinamento di vendite, fino all'esaurimento delle scorte.

7. Durante il periodo di vendita di fine stagione o di liquidazione è ammesso vendere solo prodotti già presenti nell'esercizio, con divieto di introdurne di nuove, sia acquistate sia in conto deposito.

8. L'esaurimento delle scorte deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile dall'esterno del locale di vendita, con le stesse forme e rilievo grafico adoperato per evidenziare la presenza di vendita straordinaria nel locale.

TITOLO VI

Strumenti di qualificazione e sviluppo imprenditoriale, professionale ed economico

Art. 19

(Osservatorio regionale del commercio)

1. In attuazione dell'art. 6, comma 1, lettera g), del d.lgs 114/1998, è istituito l'Osservatorio regionale del commercio allo scopo di monitorare l'entità e l'efficienza della rete distributiva.

2. L'Osservatorio regionale opera in raccordo con l'Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, al fine di garantire la realizzazione del sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva.

3. L'Osservatorio regionale persegue le seguenti finalità:

a) realizzare un sistema informativo della rete distributiva con la collaborazione delle Camere di Commercio e dei Comuni per l'utilizzazione dei dati contenuti nella modulistica relativa alle comunicazioni, alle autorizzazioni e alle denunce all'ufficio del registro delle imprese;

b) valutare l'andamento delle problematiche della distribuzione commerciale nella Regione, con particolare riguardo ai processi derivanti dall'entrata in vigore della riforma di settore;

c) fornire le basi conoscitive per la programmazione regionale nel settore del commercio;

⁸ Comma aggiunto dall'art. 30 comma 1 lett. b) della L.R. 13 giugno 2008, n. 15.

d) valutare il grado di attuazione e l'efficacia degli interventi regionali in materia di commercio;

e) promuovere l'acquisizione, l'elaborazione e la diffusione delle statistiche per una migliore conoscenza del settore della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alla struttura dell'offerta, alla diffusione delle forme associative e alla consistenza ed articolazione delle associazioni di categoria;

f) diffondere l'informazione sui programmi comunitari e nazionali che contemplano il coinvolgimento di imprese commerciali o loro forme consortili.

4. Il sistema informativo regionale del commercio è finalizzato alla valutazione della consistenza e della evoluzione delle caratteristiche strutturali della rete distributiva al dettaglio, alla comparazione del fenomeno distributivo tra le varie parti del territorio e con la rete distributiva nazionale.

5. Le modalità per l'organizzazione e il funzionamento dell'osservatorio regionale, i soggetti incaricati della conduzione dell'Osservatorio a livello istituzionale, nonché le procedure, i criteri e le modalità di partecipazione dei rappresentanti dei Comuni, delle Province, delle Camere di Commercio nonché delle organizzazioni, maggiormente rappresentative a livello regionale, dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti, sono stabilite dalla Giunta regionale con apposito provvedimento attuativo, da emanare entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge.

Art. 20

(Attività di formazione per gli operatori commerciali)

1. La Regione promuove la formazione professionale degli operatori richiedenti l'accesso all'attività commerciale e di quelli che già esercitano tale attività, allo scopo di sostenere e qualificare l'occupazione nel settore distributivo, in conformità con le disposizioni regionali in materia di attività di formazione professionale e di politiche attive del lavoro e di formazione e servizi all'impiego.

2. L'attività formativa regionale si ispira ai seguenti principi generali:

a) garanzia di un'ampia ed efficiente offerta formativa, attraverso l'individuazione di una pluralità di soggetti qualificati che possono essere ammessi alla gestione dei corsi;

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

c) elevata qualità della formazione, anche in considerazione degli effetti giuridici che dalla stessa discendono;

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

e) gradualità del progetto di elevazione del livello formativo generale;

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

3. I corsi di formazione possono essere gestiti prioritariamente, mediante apposita convenzione di affidamento, dai seguenti soggetti:

- a) le Associazioni di categoria del commercio legalmente costituite a livello regionale e gli enti di formazione dalle stesse istituiti;
- b) le Camere di Commercio e le strutture di formazione da esse promosse;
- c) le strutture incaricate dell'attività di assistenza tecnica di cui al successivo art. 21.

4. Con apposito provvedimento attuativo sono stabiliti:

- a) il numero di corsi qualificanti previsti annualmente in ciascuna provincia e le modalità per la loro determinazione;
- b) le materie previste e le ore minime di insegnamento, eventualmente integrabili dai soggetti gestori dei corsi curando il livello qualitativo degli stessi e la loro omogeneità nell'ambito regionale, tenendo conto che, al fine di garantire idonei requisiti professionali, i corsi stessi devono avere per oggetto materie che garantiscano l'approfondimento delle disposizioni relative alla salute e alla sicurezza del lavoro, alla tutela e alla informazione del consumatore, alla normativa sull'igiene dei prodotti alimentari nonché idonee a fornire elementi di gestione e marketing aziendale;
- c) le modalità di svolgimento delle prove finali che, per i corsi qualificanti, consistono in una prova scritta ed in un colloquio;
- d) ogni altro aspetto organizzativo o regolamentare indicato ai commi 7 e 9 dell'art. 5 del d.lgs 114/98 che fosse opportuno disciplinare o integrare, compresi criteri e direttive per l'organizzazione di corsi facoltativi di aggiornamento.

Art. 21

(Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali)

1. La Regione favorisce le iniziative volte a promuovere nelle imprese della distribuzione, ed in particolare nelle piccole e medie imprese, la diffusione di strumenti, metodologie e sistemi finalizzati a sviluppare i processi di ammodernamento della rete distributiva, migliorando i sistemi aziendali anche al fine di ottenere le certificazioni di qualità e di elevarne il livello tecnologico.

2. Con apposito regolamento sono definiti:

- a) i requisiti affinché centri istituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria, dalle Camere di Commercio e da altri enti possano essere autorizzati a svolgere attività di assistenza tecnica riconosciuta ai sensi dell'art. 23 del d.lgs 114/98.
- b) le modalità di autorizzazione regionale ai centri le cui attività di assistenza tecnica devono essere svolte a favore di tutti gli operatori commerciali che ne facciano richiesta;
- c) l'individuazione delle attività di assistenza tecnica considerate prioritarie in relazione alle esigenze delle piccole e medie imprese commerciali, tenendo anche conto delle direttive per il cofinanziamento di interventi regionali contenute nella deliberazione CIPE del 5 agosto 1998,

pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 269 del 17 novembre 1998, a valere sul fondo di cui all' art. 16, comma 1, della legge 7 agosto 1997, n. 226;

d) ogni altra disposizione necessaria alla sollecita istituzione e funzionamento dei Centri di assistenza tecnica.

TITOLO VII
Disposizioni transitorie e finali

Art. 22
(Disposizioni transitorie)

1. Entro 60 giorni dall'entrata in vigore della presente legge i Comuni provvedono:

a) alla ricognizione dei principali dati e caratteristiche dell'apparato distributivo al dettaglio in sede fissa e su aree pubbliche esistenti nel proprio territorio ed alle relative problematiche, con particolare riguardo alle medie strutture di vendite ed alla rete distributiva del centro storico;

b) alla redazione di studi preliminari, sulla base delle risultanze della ricognizione di cui alla lettera precedente, finalizzata all'emanazione dei provvedimenti comunali di cui all'art. 11, primo comma, della presente legge;

c) alla ricognizione dello stato di informatizzazione delle gestione dei dati e delle procedure relative al commercio ed alla comunicazione delle risultanze all'Assessorato regionale competente.

2. Non appena approvati dal Consiglio regionale gli indirizzi e criteri per la programmazione di cui all'art. 1, comma 2 i Comuni integrano le analisi e gli studi preliminari trasformandoli in progetti di regolamentazione, sviluppo e promozione delle reti distributive locali.

3. Entro 180 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, i Comuni adeguano gli strumenti urbanistici generali e attuativi e i regolamenti di polizia locale, al fine di individuare le aree da destinare agli insediamenti commerciali. Trascorso inutilmente tale termine, la Regione provvede ai sensi dell'art. 6, comma 6, del d.lgs. 114/98.

4. Fino a quando non si provvederà all'individuazione dei comuni ad economia prevalentemente turistica ed alle città d'arte, secondo quanto previsto nel precedente articolo 15, restano in vigore, per le finalità di cui all'art. 12 del d.lgs 114/98, e disposizioni relative all'individuazione dei comuni turistici contenute nel Decreto del Presidente della Regione 11 luglio 1985, n. 1314, ai sensi dell'art. 6 della legge regionale 16 gennaio 1985, n. 5.

5. L'esame delle istanze relative alle grandi strutture di vendita ha luogo sulla base degli indirizzi e dei criteri contenuti nel provvedimento di cui all'articolo 2, comma 1;

6. L'esame delle istanze relative alle medie strutture di vendita ha luogo sulla base dei provvedimenti comunali di indirizzo e programmazione di cui al precedente art. 11.

7. Nell'esame delle istanze relative alle domande di autorizzazione di cui agli articoli 26 e 27 della legge 11 giugno 1971, n. 426, trasmesse alla Giunta regionale entro il 16 gennaio 1998, corredate

a norma secondo quanto previsto dall'articolo 25, comma 5, del decreto legislativo n. 114/98, non si applicano gli indirizzi ed i provvedimenti di cui ai precedenti commi 5 e 6.⁹

8.¹⁰

9. Le richieste di incentivazione da parte dei Comuni per la redazione dei "piani di adeguamento della rete distributiva", già ammesse ai benefici della legge regionale n 26/87 con provvedimento della Giunta regionale anteriore alla data del 16 gennaio 1998, possono usufruire delle agevolazioni concesse per gli importi già determinati se gli stessi elaborati risulteranno corrispondenti ai criteri di cui alla presente legge.

10. Fino a quando non sarà stato emanato il provvedimento in materia di formazione di cui all'art. 20 comma 4, i corsi di qualificazione per il settore alimentare, di cui all'art. 5 del decreto , possono essere effettuati dai medesimi soggetti e con le medesime modalità con cui, all'entrata in vigore della presente legge, sono effettuati i corsi per la qualificazione al Registro Esercenti il Commercio per il settore alimentare.

Art. 23 (Sanzioni)

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

Art. 24 (Dichiarazione di urgenza)

1. La presente legge è dichiarata urgente ed entrerà in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione

⁹ comma così sostituito dall'art. 4 della L.R. 15 dicembre 2000, n. 19

¹⁰ comma soppresso poiché inserito per mero errore materiale (vedi telegramma Presidente Consiglio regionale , prot. n. 919 del 27 maggio 1999)