

BURP 85 del 6/8/99 e 152 del 22/12/2000

LEGGE REGIONALE 4 agosto 1999, n. 24

## PRINCIPI E DIRETTIVE PER L'ESERCIZIO DELLE COMPETENZE REGIONALI IN MATERIA DI COMMERCIO.

IL CONSIGLIO REGIONALE HA APPROVATO

IL COMMISSARIO DEL GOVERNO HA APPOSTO IL VISTO.

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

PROMULGA LA SEGUENTE LEGGE:

### TITOLO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1

(Obiettivi e 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 dlgs. 114/1998, il Consiglio regionale approva due provvedimenti contenenti:

a) indirizzi e criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita, nonché ulteriori direttive ai Comuni in materia di urbanistica commerciale e per l'esercizio delle loro funzioni;

b) norme e direttive in materia di commercio su aree pubbliche, ai sensi dell'articolo 28, commi 12 e 13, del dlgs. 114/1998.

3. All'esame delle domande di autorizzazione ex legge regionale 2 maggio 1995, n. 32, corredate a norma alla data dei 16 gennaio 1998, non si dà seguito.

4. Il Consiglio regionale provvede con appositi atti da emanarsi entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, agli adempimenti di cui alle lettere a) e b) del comma 2.

5. Gli indirizzi, i criteri e le direttive hanno durata di tre anni. A tal fine la Giunta regionale, almeno centoventi giorni prima della scadenza del termine temporale di programmazione trasmette al Consiglio regionale una proposta di aggiornamento, tenuto conto delle relazioni di monitoraggio predisposte dall'Osservatorio regionale, anche con riferimento alla fase di programmazione precedente.

6. Le norme di programmazione relative a ciascuna fase hanno efficacia fino alla data di entrata in vigore della nuova norma programmatica.

7. I provvedimenti attuativi di cui al comma 2 sono adottati a seguito di parere obbligatorio delle rappresentanze degli enti locali e previa consultazione delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio maggiormente rappresentative a livello regionale. Si dà altresì adeguata informazione alle organizzazioni sindacali dei lavoratori.

8. Al fine di consentire l'attuazione delle misure previste nell'articolo 10 del dlgs. 114/98 (**ART. 10 Disposizioni particolari**

e di permettere un uso razionale e programmato del territorio, di evitare successive concentrazioni di esercizi di vendita in talune aree di maggiore densità abitativa e di garantire un'adeguata copertura del servizio distributivo sull'intero territorio regionale, favorendone l'equilibrato sviluppo anche nei centri storici, nelle aree urbane periferiche e in quelle agricole, si prevede di:

a) favorire lo sviluppo della rete commerciale nelle aree montane e rurali;

b) riqualificare la rete distributiva e rivitalizzare il tessuto economico, sociale e culturale dei centri storici;

c) consentire una equilibrata e graduale evoluzione delle piccole e medie imprese esistenti nelle aree urbane, nella prima fase di applicazione del nuovo regime amministrativo.

Il provvedimento di cui alla lettera a) del comma 2 indica gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita relativi alla stessa prima fase di applicazione del nuovo regime amministrativo, tenendo conto della necessità di un graduale inserimento di nuove grandi strutture di vendita. Per tale fine, in relazione alla presenza e allo sviluppo delle grandi strutture di vendita di cui all'articolo 5, si stabilisce quanto segue:

1) di consentire insediamenti di centri commerciali con superficie massima di vendita non superiore a 20 mila mq., nell'interno dei quali nessun esercizio deve superare i limiti di cui all'art. 5, lettera d)

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

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

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

- 5) di garantire il servizio distributivo su tutto il territorio regionale, evitando l'eccessiva concentrazione di grandi strutture di vendita superiori in ambiti territoriali ristretti e a ridosso delle aree a maggiore densità abitativa;
- 6) di evitare l'eccessivo carico in termini di traffico, di impatto ambientale e di impatto economico sulla rete di vendita di minore dimensione derivante dalla possibile concentrazione nelle stesse zone delle aree urbane di più grandi strutture di vendita superiori, ponendo distanze minime tra le stesse, in, relazione alla popolazione residente nel Comune;
- 7) di autorizzare le grandi strutture di vendita superiori a condizione che abbiano disponibilità di parcheggio privato nella misura di due mq per ogni mq. di superficie di vendita e di una dimensione minima della sezione stradale della viabilità di riferimento di quindici metri, sempre che non disti più di cento metri dall'accesso.

Art. 2  
(Finalità)

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

- a) la gradualità del passaggio al nuovo assetto normativo previsto dal dlgs. 114/1998 attraverso la promozione dei processi di ristrutturazione e riconversione delle attività commerciali in essere;
- b) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
- c) lo sviluppo della rete distributiva secondo criteri di efficienza e modernizzazione, promuovendo l'evoluzione tecnologica dell'offerta e il pluralismo delle diverse tipologie e forme di vendita, anche al fine del contenimento dei prezzi;
- d) l'equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali in rapporto con l'uso del suolo e delle risorse territoriali, in raccordo con le disposizioni della legge regionale 31 maggio 1980, n. 56 in materia di tutela del territorio e della deliberazione della Giunta regionale del 13 novembre 1989, n. 6320, relativa ai criteri per la formazione degli strumenti urbanistici e per il calcolo del fabbisogno residenziale e produttivo;
- e) il riequilibrio territoriale della presenza delle medie e grandi strutture di vendita attraverso l'articolazione della programmazione per aree sovracomunali;
- f) il concorso alla valorizzazione delle produzioni tipiche pugliesi, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale e, in special modo, alla conservazione e rivitalizzazione dei centri storici; la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree rurali, montane e nei Comuni minori, con particolare riferimento a quelli con minore dotazione di servizio;
- h) il graduale riordino del commercio su aree pubbliche, indirizzandolo verso un sistema di gestione che ne faciliti l'integrazione con il commercio in sede fissa e che favorisca lo sviluppo delle forme consorziali tra operatori;
- i) la tutela dei consumatori, con particolare riguardo alla correttezza dell'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti;
- l) la qualificazione e l'aggiornamento professionale degli operatori commerciali, con particolare riguardo ai titolari di piccolo e medie imprese;
- m) 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;
- n) la trasparenza e la semplificazione dei procedimenti amministrativi, anche attraverso un sistema decisionale coordinato tra le Regioni, le Province, i Comuni e le Camere di commercio.

TITOLO II  
PROGRAMMAZIONE DELLA RETE  
DISTRIBUTIVA

Art. 3  
(Ripartizione dei territorio comunale)

I. Al fine di formulare indirizzi e obiettivi di espansione della rete distributiva che ne garantiscano un equilibrato sviluppo nel territorio, le aree sovracomunali configurabili come unico bacino di utenza sono identificate nel territorio delle cinque province.

Art. 4  
(Classificazione dei Comuni)

I. Ai fini della presente legge e dei provvedimenti attuativi, i Comuni sono suddivisi nelle seguenti quattro classi:

- Classe I - Comuni con popolazione superiore a 50 mila abitanti;
- Classe II - Comuni con popolazione superiore a 10 mila e fino a 50 mila abitanti;
- Classe III - Comuni con popolazione superiore a 3 mila e fino a 10 mila abitanti;
- Classe IV - Comuni con popolazione fino a 3 mila abitanti.

2. Ai Comuni delle classi I e II si applicano i limiti dimensionali superiori, tra quelli previsti dall'articolo 4, comma 1, lettere d), e), ed f), del dlgs 114/1998;  
ai Comuni delle classi III e IV si applicano i limiti inferiori.

3. Al fine di favorire il decongestionamento dei Comuni di maggiore dimensione e la rivitalizzazione dei centri storici, in deroga al disposto del comma 2, si applicano in ogni caso i limiti dimensionali previsti per i Comuni delle classi I e II:

- a) nei centri storici;
- b) nei Comuni fino a 10 mila abitanti confinanti con Comuni superiori a 50 mila abitanti, a condizione che appartengano alla medesima provincia.

4. La Giunta regionale individua ulteriori Comuni o loro parti in cui applicare i limiti dimensionali degli esercizi commerciali in deroga al criterio di consistenza demografica, su proposta avanzata dalle Province.

#### Art. 5

(Classificazione delle medie e grandi strutture di vendita)

1. Nel rispetto dei limiti dimensionali degli esercizi previsti all'articolo 4 dei dlgs. 114/1998, ai fini di una più puntuale programmazione, le medie e le grandi strutture, in relazione alla superficie di vendita utilizzata, si suddividono nelle seguenti tipologie:

- a) medie strutture inferiori (MI) - con superficie di vendita compresa tra 151 e 600 mq. nei Comuni delle classi III e IV; con superficie compresa tra 251 e 900 mq. nei Comuni delle classi I e II;
- b) medie strutture superiori (M2) - con superficie compresa tra 601 e 1500 mq. nei Comuni delle classi III e IV; con superficie compresa tra 901 e 2500 mq. nei Comuni delle classi I e II;
- c) grandi strutture inferiori (GI) - con superficie compresa tra 1501 e 4500 mq. nei Comuni delle classi III e IV, con superficie compresa tra 2501 e 7500 mq. nei Comuni delle classi I e II;
- d) grandi strutture superiori (G2) - con superficie di vendita maggiore di 4500 mq. sino a 7500 mq. nei Comuni delle classi III e IV; con superficie maggiore di 7500 mq. sino a 10.000 mq. nei Comuni delle classi I e II.

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

- a) strutture di vendita autorizzate per il solo settore alimentare o per entrambi i settori, alimentare e non alimentare;
- b) strutture di vendita autorizzate per il solo settore non alimentare.

3. I centri commerciali, come definiti dall'articolo 4, comma 1, lettera g), del dlgs. 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, purché associati per la creazione del centro commerciale;
- b) di autorizzazione o comunicazione, a seconda delle dimensioni, per ciascuno degli esercizi al dettaglio presenti nel centro.

#### Art. 6

(Criteri e modalità di priorità ai fini del rilascio delle autorizzazioni)

1. In caso di domande concorrenti per l'apertura di una media o grande struttura di vendita sono stabiliti i seguenti criteri di priorità e modalità per l'esame delle domande:

- a) concentrazione di preesistenti esercizi di vicinato e medie strutture di vendita in attività da almeno un anno purché sussistano le seguenti condizioni:

1) l'assunzione dell'impegno di reimpiegare il relativo personale dipendente formalizzata mediante specifico accordo sindacale;

2) tra le strutture di vendita concentrate ve ne sia almeno una della medesima tipologia dimensionale o della tipologia dimensionale immediatamente inferiore a quella della nuova struttura che si intende realizzare, secondo la classificazione di cui all'articolo 5;

3) trattandosi di realizzazione di una nuova struttura alimentare o mista, la somma delle superfici di vendita alimentari delle strutture concentrate sia almeno pari al 50 per cento della superficie alimentare richiesta per la nuova struttura e la domanda sia corredata di impegno di reimpiego del personale;

4) trattandosi di realizzazione di una nuova struttura non alimentare, il richiedente abbia partecipato ad uno dei corsi di cui al comma 6 o sia comunque in possesso del requisito di adeguata qualificazione ai sensi del comma 5;

- b) ampliamento;
- c) trasferimento;
- d) nuova apertura di esercizio del settore non alimentare richiesta da soggetto che ha frequentato un corso di formazione professionale per il commercio regolarmente riconosciuto previsto dall'articolo 5, comma 9, del dlgs. 114/1998 o è in possesso di adeguata qualificazione;
- e) nuova apertura.

2. Nei casi in cui il reimpiego del personale già operante presso esercizi commerciali per i quali si prevede l'accorpamento o la concentrazione costituisca presupposto, in conformità con quanto disposto dall'articolo 10 del dlgs. 114/1998, per usufruire di agevolazioni o di automatismi all'apertura o all'ampliamento di medie o grandi strutture di vendita, si applicano le disposizioni del presente articolo.

3. L'impegno del reimpiego del personale si intende assolto qualora l'istanza di apertura o di ampliamento di esercizi sia accompagnata da proposta formale, indirizzata all'impresa da accorpare o concentrare, di assunzione in prova del personale in essa operante.

4. I corsi di qualificazione che costituiscono titolo per usufruire delle priorità del rilascio di autorizzazioni sono quelli previsti dall'articolo 5, comma 9, del dlgs. 114/1998.

5. 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.

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

#### Art. 7

(Concentrazioni ed accorpamenti di esercizi autorizzati ai sensi della L. 426/1971 per la vendita di beni di largo e generale consumo)

I. Sono sempre concesse:

a) l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita mediante concentrazione di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune e autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della L. 426/1971, per la vendita di generi di largo e generale consumo.

La superficie massima di vendita del nuovo esercizio deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti, secondo il dettato del dlgs. 114/1998, per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati;

b) l'autorizzazione all'ampliamento di una media struttura di vendita mediante concentrazione o accorpamento di esercizi di vendita operanti nello stesso Comune e autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della L. 426/1971, per la vendita di generi di largo e generale consumo. La superficie massima dell'ampliamento deve essere pari alla somma dei limiti massimi consentiti, secondo il dettato del dlgs. 114/1998, per gli esercizi di vicinato, tenuto conto del numero degli esercizi concentrati o accorpati e delle superfici delle medie strutture concentrate o accorpate;

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

L'ampliamento di cui alle lettere b) e c) non comporta variazioni al settore merceologico dell'esercizio. Quanto previsto nel presente comma è consentito anche nell'ipotesi del centro commerciale.

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

#### Art. 8

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

1. Le domande di apertura, ampliamento e trasferimento di una grande struttura di vendita sono inoltrate al Comune competente, utilizzando la modulistica di cui all'articolo 10, comma 5, del dlgs. 114/1998, unitamente alla seguente documentazione:

- a) una relazione illustrativa contenente gli elementi per la valutazione della conformità dell'insediamento alle previsioni degli strumenti urbanistici comunali e alla programmazione territoriale regionale;
- b) il progetto definitivo dell'intervento, comprendente piani e sezioni del fabbricato con indicazione delle superfici e delle destinazioni d'uso dei locali, planimetrie con indicazioni delle superfici delle aree a parcheggio e delle aree libere, e degli accessi e dei percorsi veicolari;
- c) relazione tecnico-economica sull'iniziativa proposta, contenente le previsioni occupazionali per la nuova struttura e una valutazione d'impatto sulla rete di vendita esistente nell'area di presunta attrazione, tenendo conto della popolazione residente e fluttuante.

2. Nel caso di domande prive delle indicazioni di cui all'articolo 9, comma 2, del dlgs. 114/1998 o degli elementi di cui al comma 1, il Comune, entro dieci giorni dal loro ricevimento, invita l'interessato a procedere alla loro integrazione o regolarizzazione nel termine di trenta giorni, decorso inutilmente il quale le stesse si intendono rinunciate.

Le domande prendono data dal giorno del ricevimento della loro integrazione o regolarizzazione.

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

4. Al fine della comparazione delle domande in relazione ai criteri di priorità, sono considerate concorrenti quelle regolarmente inoltrate ai Comuni di una medesima Provincia nel corso dello stesso mese.

5. I Comuni, entro il giorno 15 di ciascun mese, tra smettono 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'articolo 1, comma 2, lettera a).

7. La Conferenza di servizi si svolge presso la sede della Regione, con la partecipazione di un rappresentante della Regione, di uno della Provincia e di uno del Comune. Le deliberazioni della Conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti; il

rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Alla Conferenza partecipano, a titolo consultivo, i rappresentanti dell'ANCI, delle organizzazioni dei consumatori e dei commercianti.

8. Al fine di una puntuale valutazione dello sviluppo omogeneo del territorio, l'Osservatorio regionale del commercio, nell'ambito della Conferenza di servizi, relaziona sullo stato di avanzamento della rete delle medie e grandi strutture di vendita nel proprio territorio, sulla base delle risultanze dell'attività di monitoraggio di cui all'art. 2 1.

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

10. La domanda documentata a nonna, per la quale non sia stato comunicato il diniego entro centoventi giorni dall'indizione della Conferenza, è ritenuta accolta.

#### Art. 9 (Gestione di reparto)

1. Il titolare di un esercizio commerciale organizzato in più reparti in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di vendita può affidare uno o più reparti, perché lo gestisca in proprio per il periodo di tempo convenuto, ad un soggetto in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del dlgs. 1141/998 dandone comunicazione alla Camera di Commercio e al Comune. Qualora non abbia provveduto a tali comunicazioni, risponde dell'attività del soggetto stesso. Questi, a sua volta, deve dare comunicazione al Comune e alla Camera di Commercio. La fattispecie non costituisce caso di subingresso.

#### Art. 10 (Subingresso)

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

2. La domanda di subingresso è presentata, pena la decadenza, entro un anno dalla morte del titolare o entro sessanta giorni dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio.

3. In caso di morte del titolare, l'autorizzazione è retestata all'erede o agli eredi che ne facciano domanda, purché gli stessi abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'articolo 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società di persone, sempre che abbiano i requisiti di cui all'articolo 5 del dlgs. 114/1998.

4. Qualora si tratti di esercizi relativi al settore merceologico alimentare, gli eredi retestatari dell'autorizzazione che ne siano sprovvisti devono acquisire i requisiti professionali di cui all'articolo 5 del dlgs. 1141/1998 entro sei mesi dalla retestazione.

#### Art. 11 (Commercio su aree pubbliche)

I. Il provvedimento attuativo in materia di commercio su aree pubbliche, di cui all'articolo 1, comma 2, lettera b) raccoglie in modo organico la disciplina normativa del settore, in modo da costituire un riferimento normativo univoco.

2. La disciplina in materia si ispira ai seguenti principi:

- a) indirizzo dell'evoluzione del commercio su aree pubbliche nella Regione, con la facoltà di fissare parametri di sviluppo con particolare riguardo ai mercati, e in relazione alla consistenza dell'offerta al dettaglio in sede fissa;
- b) promozione di una ampia rispondenza tra le esigenze del consumatore e l'offerta, anche attraverso la previsione di una pluralità di manifestazioni fieristiche e mercatali, compresi fiere e mercati specializzati o con articolazione merceologica;
- c) riequilibrio del territorio mediante l'indicazione di criteri e parametri per l'istituzione, la modifica e la soppressione di fiere e mercati;
- d) rilevanza prioritaria della riqualificazione e del potenziamento dell'offerta esistente;
- e) previsione di ampi poteri organizzatori da parte dei Comuni, con redazione, a seconda dei casi obbligatoria o facoltativa, di un piano per il commercio su aree pubbliche, accompagnato da eventuali regolamenti di fiera o mercato.

### TITOLO III DISPOSIZIONI DI CARATTERE URBANISTICO

#### Art. 12 (Dotazione di aree a parcheggio)

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

2. La dotazione di aree private destinate a parcheggio è stabilita: a) per le medie e grandi strutture di vendita ubicate nelle aree di centro storico, nella misura stabilita nei piani di parcheggio dei Comuni che, in ogni caso, non può superare 0,5 mq. per ogni

mq. di superficie di vendita e può essere disponibile in un raggio di almeno 300 mt. dal perimetro dell'area dell'intervento; b) nelle altre zone territoriali, nella misura seguente per ogni mq di superficie di vendita:

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

- c) la disciplina di cui al precedente capoverso resta sostituita dal piano comunale parcheggi per i Comuni che lo abbiano adottato.
3. I requisiti relativi alle aree destinate a parcheggio devono sussistere anche a seguito di modifiche della superficie di vendita, a qualunque titolo intervenute. Il venire meno di tali requisiti determina la revoca dell'autorizzazione commerciale.
  4. Per gli esercizi di vicinato non sono previste dotazioni di aree private a parcheggio.
  5. Per i locali destinati a esercizi di vicinato che, alla data di entrata in vigore della presente legge, sono già corredati di destinazione d'uso commerciale non si applica la dotazione di aree a parcheggio prevista dal comma 2.

#### Art. 13

(Correlazione tra concessione edilizia e autorizzazione commerciale)

I. Al fine di quanto disposto dall'articolo 6, comma 2, lettera d), del dlgs. 114/1998, il rilascio delle concessioni edilizie per le medie e grandi strutture di vendita avviene, in raccordo con quanto previsto nei regolamenti edilizi relativamente alla disciplina per il rilascio delle stesse, non oltre trenta giorni dal rilascio delle autorizzazioni amministrative al commercio, al termine del procedimento previsto rispettivamente agli articoli 8 e 9 del dlgs. 114/1998.

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

3. L'Autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita può essere rilasciata soltanto in conformità degli strumenti di pianificazione territoriale, paesistica 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.

### TITOLO IV INDICAZIONI AI COMUNI

#### Art. 14

(Strumenti comunali di programmazione e 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'articolo 1, comma 2, lettera a), entro centoventi giorni dalla data di entrata in vigore di quest'ultime, si dotano di appositi piani o provvedimenti contenenti:

- a) i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita, da indicare previa analisi ricognitiva e valutazione della rete distributiva comunale e alla cui approvazione è in ogni caso subordinato il rilascio di autorizzazione per le medie strutture superiori di tipo M2;
- b) gli strumenti di promozione e sviluppo del tessuto commerciale nei centri storici

2. In caso di inerzia da parte dei Comuni nell'esercizio delle funzioni di programmazione, la Regione provvede in via sostitutiva, ai sensi dell'articolo 6, comma 6 del dlgs 114/1998, adottando le norme necessarie, che restano in vigore fino all'emanazione dei piani o provvedimenti comunali.

3. Entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, i Comuni possono inibire o sospendere, per un periodo definito e comunque non oltre il termine previsto dall'articolo 10, comma 1, lettera c) del dlgs 114/1998, gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato, con un provvedimento che individui per l'intero territorio comunale, o parte di esso, la sussistenza di una o più delle seguenti condizioni:

- a) esistenza di aree urbane non idonee all'insediamento commerciale per vincoli o limiti previsti in provvedimenti normativi;
- b) esecuzione di programmi comunali di qualificazione della rete commerciale diretti alla realizzazione di infrastrutture e servizi adeguati alle esigenze dei consumatori;
- c) esigenze di tutela di specifiche aree localizzate nei centri storici o di edifici di interesse storico, archeologico e ambientale.

#### Art. 15

(Sviluppo e promozione dei centri storici)

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

2. Al fine di conseguire un'efficace politica di sviluppo e promozione dei centri storici nelle indicazioni di cui all'art. 1, comma 2, lettera a), sono specificati i contenuti e le modalità di esercizio dei maggiori poteri da attribuire ai Comuni in tali ambiti territoriali.

Detti poteri comprendono le facoltà di intervento in materia merceologica e di compatibilità già previste dall'articolo 4 del decreto legge 9 dicembre 1986, n. 832 convertito con modificazioni dalla legge 6 febbraio 1987, n. 15, nonché la possibilità di interventi in materia merceologica e qualitativa, anche prevedendo incentivi, marchi di qualità o di produzione regionale, facilitazioni in materia di orari, apertura, vendite straordinarie e di occupazione di suolo pubblico nelle aree attigue ai pubblici esercizi.

3. I Comuni, ravvisandone l'opportunità ai fini di una migliore articolazione dei propri interventi di promozione e rivitalizzazione, possono, con provvedimento motivato, estendere, in tutto o in parte, l'uso degli incentivi e della strumentazione previsti per i centri storici a fasce ad essi limitrofe che presentino analoghe caratteristiche socio-economiche e commerciali o di richiamo turistico.

4. I Comuni possono emanare disposizioni particolari a tutela del patrimonio storico, artistico o ambientale e disporre misure di agevolazione tributaria e sostegno finanziario.

#### Art. 16

##### (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 mila abitanti, nonché nelle zone montane e insulari, individuati con atto della Provincia ove gli stessi ricadono, i Comuni possono dotarsi di appositi strumenti di promozione e sviluppo, comprendenti la possibilità di realizzazione di centri polifunzionali di servizio.

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

- a) attività di vendita di prodotti vari con valorizzazione delle produzioni agroalimentari e artigianali pugliesi;
- b) servizi per la promozione del territorio;
- c) attività di pubblico esercizio, di vendita di giornali, di servizi di informazione e telecomunicazione, compresi servizi pubblici e di interesse pubblico da affidare in convenzione.

3. Per i centri polifunzionali possono essere previste:

- a) l'esenzione da vincoli di orario o di chiusura domenicale e festiva;
- b) l'esenzione da tributi locali e regionali.

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

5. Ai centri polifunzionali è dato riconoscimento con provvedimento comunale comunicato alla Regione.

6. La Regione può intervenire con finanziamenti volti ad 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. 17

##### (Orari di apertura degli esercizi nei Comuni turistici e nelle città d'arte)

1. In materia di orari, giorni e turni d'apertura delle attività commerciali, il provvedimento di cui all'art. 1, comma 2, lettera a), stabilisce i criteri per l'individuazione dei Comuni ad economia prevalentemente turistica, delle città d'arte, prevedendo che essa avvenga su istanza dei Comuni stessi.

2. I Comuni, sentite le locali organizzazioni dei consumatori delle imprese del commercio e del turismo e dei lavoratori dipendenti, possono individuare le zone del territorio e i periodi di maggiore afflusso turistico nei quali gli esercenti possono esercitare la facoltà di cui all'articolo 12, comma 1, del dlgs 114/1998.

#### TITOLO V

##### VENDITE STRAORDINARIE

#### Art. 18

##### (Vendite di liquidazione)

1. L'operatore che intende effettuare una vendita di liquidazione deve darne comunicazione al Comune almeno quindici 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) caso di liquidazione per trasferimento in altri locali, copia della comunicazione di trasferimento, se trattasi di esercizi di vicinato ovvero dell'autorizzazione negli altri casi, unitamente a prova della disponibilità dei nuovi locali;
- d) in caso di liquidazione per trasformazione o rinnovo dei locali, dichiarazione di esecuzione dei lavori con elenco dettagliato degli stessi comunicato all'Ufficio urbanistico del Comune. L'esecuzione dei lavori va poi comprovata dalla dichiarazione di fine lavoro dell'impresa esecutrice e dalla sua fattura. I tempi di lavoro di ristrutturazione devono essere minimo dieci giorni;
- e) tutti i tipi di vendita di liquidazione, l'ubicazione dei locali in cui deve essere effettuata, che in caso di trasferimento sono quelli di provenienza, la data di inizio e di fine della vendita, le merci oggetto della stessa;
- f) le merci poste in vendita distinte per voce merceologica, qualità e prezzo praticato prima della liquidazione e sconto in percentuale con il quale si intendono offrire le stesse.

2. Al termine della vendita di liquidazione per il rinnovo o la trasformazione dei locali l'esercizio deve essere immediatamente chiuso per il tempo necessario all'effettuazione dei lavori e comunque per almeno dieci 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 e i trenta giorni precedenti, l'inizio di ciascun periodo di vendite di fine stagione.

4. Per cessazione di attività è da intendersi anche la cessazione di uno dei due settori merceologici per i quali l'esercizio è abilitato alla vendita.

5. Dalla data di inizio delle vendite di liquidazione è fatto assoluto divieto di introdurre nei locali di vendita e nelle pertinenze dello stesso altre merci del genere per le quali viene effettuata la liquidazione. Il divieto interessa sia le merci in acquisto che in conto deposito.

6. E' fatto assoluto divieto dell'utilizzo della dizione "vendite fallimentari" o di fare qualsiasi riferimento, anche come termine di paragone, a procedure fallimentari e simili nel pubblicizzare le vendite di liquidazione.

7. Le disposizioni del presente articolo non si applicano alle vendite disposte dalla autorità giudiziaria a seguito di esecuzione forzata.

#### Art. 19

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

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

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

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

4. Le vendite di fine stagione o saldi devono essere presentate al pubblico come tali e possono essere effettuate solamente dal 1° Febbraio al 7 marzo e dal 20 luglio al 10 settembre.

5. Le merci offerte a prezzi di saldo devono essere separate in modo chiaro e inequivocabile da quelle che eventualmente siano contemporaneamente poste in vendita alle condizioni normali. Nel caso tale separazione non fosse possibile, queste ultime non possono essere poste in vendita. Nel caso che per una stessa voce merceologica si praticino più prezzi di vendita secondo la varietà degli articoli, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più basso e quello più alto con lo stesso rilievo tipografico. Nel caso in cui venga indicato un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce merceologica devono essere venduti a tale prezzo.

#### Art 19 bis

##### (Vendite Promozionali)

1. Le vendite promozionali sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di promuovere gli acquisti di alcuni prodotti merceologici per un periodo di tempo limitato nel tempo, praticando uno sconto sul prezzo normale di vendita salvaguardando la regola del sottocosto.

2. Le vendite promozionali non possono essere effettuate nei 40 giorni antecedenti i saldi, durante i saldi stessi, né nei 40 giorni prima di Natale.
3. La durata massima della vendita promozionale non potrà superare i 30 giorni e non potrà, altresì, interessare articoli oggetto dell'immediata precedente vendita promozionale.
4. Per l'effettuazione della vendita promozionale, l'esercente è tenuto a darne preventiva comunicazione al Comune dove ha sede l'esercizio almeno 5 giorni prima dell'inizio della vendita indicando:
  - a) la data di inizio e la durata della vendita;
  - b) i prodotti oggetto della vendita e le percentuali di sconto praticate per ciascuna di essi;
  - c) la sede dell'esercizio;
  - d) la modalità di separazione dei prodotti offerti in vendita promozionale, da tutti gli altri.

#### Art. 20

(Disposizioni comuni per le vendite straordinarie)

1. Nelle vendite di liquidazione, di fine stagione e promozionali è vietato il riferimento a vendite fallimentari, aste, vendite giudiziarie, giochi a premio nonché la vendita con il sistema del pubblico incanto.
  - 1 bis E' fatto obbligo all'esercente di esporre i cartelli informativi sul tipo di vendita straordinaria che si sta effettuando.
2. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità delle asserzioni pubblicitarie che devono essere presentate graficamente in modo non ingannevole e contenere gli estremi delle comunicazioni, la durata e l'oggetto della vendita.
3. Le merci offerte in vendita straordinaria devono essere nettamente separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie. In mancanza di separazione tutte le merci esposte devono essere vendute alle condizioni più favorevoli previste per la vendita straordinaria, salvo il caso in cui le stesse non possano essere oggetto di essa.
4. Nel caso in cui per una stessa voce merceologica si praticino prezzi di vendita diversi, a seconda della varietà degli articoli che rientrano in tale voce, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più alto e quello più basso con lo stesso rilievo tipografico.
5. Nel caso in cui sia indicato un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce reclamizzata devono essere venduti a tale prezzo.
6. Durante il periodo di vendita di fine stagione o di liquidazione è ammesso vendere solo merci già presenti nell'esercizio, con divieto di introdurre di nuove, sia acquistate sia in conto deposito.
7. L'esaurimento delle scorte deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile dall'esterno del locale di vendita, con le stesse forme e rilievo grafico adoperato per evidenziare la presenza di vendita straordinaria nel locale.
8. La pubblicità relativa alle vendite di cui ai precedenti articoli deve essere impostata in maniera non ingannevole per il consumatore, deve contenere gli estremi della comunicazione e la durata della iniziativa. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi affermazione in essa contenuta in merito alla qualità e ai prezzi.
9. I prezzi pubblicizzati devono essere praticati nei confronti di qualsiasi compratore, senza limitazioni e senza abbinamento di vendita, fino all'esaurimento delle scorte. In caso di esaurimento di scorte relativo ad alcuni prodotti, il pubblico deve essere portato a conoscenza con avviso ben visibile all'esterno del locale. Gli organi della vigilanza possono effettuare controlli per verificare se le scorte siano effettivamente esaurite.
10. Gli organi di vigilanza possono effettuare controlli presso i punti di vendita, avvalendosi di periti ed esperti iscritti negli albi presso i competenti tribunali, appositamente incaricati.
11. Per le violazioni delle disposizioni di cui al presente articolo e ai precedenti articoli sulle vendite straordinarie, i Comuni prevedono la stessa sanzione di cui al comma 3 dell'articolo 22 del dlgs 114/1998. Nei casi di recidiva il Sindaco dispone la chiusura del punto vendita per un periodo non superiore a venti giorni.

#### TITOLO VI

STRUMENTI DI QUALIFICAZIONE E  
SVILUPPO IMPRENDITORIALE,  
PROFESSIONALE ED ECONOMICO

#### Art. 21

(Osservatorio regionale del commercio)

1. In attuazione dell'articolo 6, comma 1, lettera g), del dlgs 114/1998, è istituito l'Osservatorio regionale del commercio.
2. L'Osservatorio regionale opera in raccordo con l'Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, al fine di garantire la realizzazione del sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva.
3. L'Osservatorio regionale persegue le seguenti finalità:
  - a) realizzare un sistema informativo della rete distributiva con la collaborazione dei Comuni, per l'utilizzazione dei dati contenuti nella modulistica relativa alle comunicazioni, alle autorizzazioni e alle denunce all'Ufficio del registro delle imprese;

- b) valutare l'andamento delle problematiche della distribuzione commerciale nella Regione, con particolare riguardo ai processi derivanti dall'entrata in vigore della riforma di settore;
- c) fornire le basi conoscitive per la programmazione regionale nel settore del commercio;
- d) valutare il grado di attuazione e l'efficacia degli interventi regionali in materia di commercio;
- e) promuovere l'acquisizione, l'elaborazione e la diffusione delle statistiche per una migliore conoscenza del settore della distribuzione commerciale, con particolare riferimento alla struttura dell'offerta, alla diffusione delle forme associative e alla consistenza e articolazione delle associazioni di categoria; 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, nonché le procedure, i criteri e le modalità di partecipazione dei rappresentanti! degli enti locali, delle autonomie funzionali, delle Organizzazioni dei consumatori, delle Imprese del Commercio e dei lavoratori dipendenti, sono stabilite con apposito provvedimento attuativo, da emanare entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge.

## Art. 22

### (Attività di formazione per gli operatori commerciali)

I. 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) garanzie 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 si scendono;
- d) integrabilità dei programmi formativi di base e loro personalizzazione in relazione a specifiche esigenze e caratteristiche dei diversi contesti territoriali, con particolare riguardo alle aree intensamente interessate da fenomeni turistici;
- e) gradualità del progetto di elevazione del livello formativo generale;
- f) garanzia di omogeneità dei livelli minimi di formazione a livello regionale, mediante procedure uniformi di espletamento di prove finali.

3. I corsi di formazione possono essere gestiti, in via prioritaria, mediante apposita convenzione di affidamento, dai seguenti soggetti: a) le Camere di commercio e le strutture di formazione da esse promosse; b) le associazioni di categoria del commercio legalmente costituite a livello regionale e gli enti di formazione dalle stesse istituiti; c) le strutture incaricate dell'attività di assistenza tecnica di cui all'art. 23.

4. Con apposito provvedimento attuativo della Giunta regionale sono stabiliti:

- a) il numero di corsi qualificanti previsti annualmente in ciascuna provincia e le modalità per la loro determinazione;
- b) le materie previste e le ore minime di insegnamento, eventualmente integrabili dai soggetti gestori dei corsi, curando il livello qualitativo degli stessi e la loro omogeneità nell'ambito regionale, tenendo conto che, al fine di garantire idonei requisiti professionali i corsi stessi devono avere per oggetto materie che garantiscano l'approfondimento delle disposizioni relative alla salute e alla sicurezza del lavoro, alla tutela e alla informazione del consumatore, alla normativa sull'igiene dei prodotti alimentari nonché idonee a fornire elementi di gestione e marketing aziendale; c) le modalità di svolgimento delle prove finali che, per i corsi qualificanti, devono aver luogo innanzi ad un'unica commissione per ciascuna provincia e consistere in una prova scritta e in un colloquio; d) la composizione della commissione d'esame di cui alla lettera c); e) ogni altro aspetto organizzativo o regolamentare indicato all'articolo 5, commi 7 e 9, dei dlgs 114/1998 che fosse opportuno disciplinare o integrare, compresi criteri e direttive per l'organizzazione di corsi facoltativi di aggiornamento.

## Art. 23

### (Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali)

I. La Regione favorisce le iniziative volte a promuovere nelle imprese della distribuzione, e 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 del commercio e dalle Camere di commercio possano essere autorizzati a svolgere attività di assistenza tecnica riconosciuta ai sensi dell'art. 23 del dlgs. 114/1998;
- 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'articolo 16, comma 1, della legge 7 agosto 1997, n. 266;
- d) i criteri per la certificazione di qualità degli esercizi commerciali;
- e) ogni altra disposizione necessaria alla sollecita istituzione e funzionamento dei centri di assistenza tecnica.

## TITOLO VII DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

### Art. 24 (Disposizioni Transitorie)

1. Entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, i Comuni provvedono:

- a) alla ricognizione dei principali dati e caratteristiche dell'apparato distributivo al dettaglio in sede fissa e su aree pubbliche esistente nel proprio territorio e alle relative problematiche, con particolare riguardo alle medie strutture di vendite e alla rete distributiva del centro storico;
- b) alla redazione di studi preliminari, sulla base delle risultanze della ricognizione di cui alla lettera a), finalizzati all'emanazione dei provvedimenti comunali di cui all'articolo 14, comma 1, della presente legge;
- c) alla ricognizione dello stato di informatizzazione della gestione dei dati e delle procedure relative al commercio e alla comunicazione delle risultanze all'Assessorato regionale competente;
- d) ad inoltrare alla Giunta regionale motivata istanza di inserimento del proprio territorio o di alcune sue parti nel novero di quelli a prevalente economia turistica o costituenti città d'arte.

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

3. Entro centottanta 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'articolo 6, comma 6, del dlgs 114/1998, tenendo anche conto di eventuali scadenze previste dal provvedimento di approvazione del piano urbanistico territoriale qualora adottato nel suddetto termine.

4. Fino a quando non si sarà provveduto all'individuazione dei Comuni ai fini dell'articolo 12 del dlgs 114/1998, restano in vigore le disposizioni emanate in materia dai Comuni ai sensi dell'articolo 3 della legge 28 luglio 1971, n. 558, senza facoltà di emanarne altre.

5. L'esame delle istanze relative alle medie strutture di vendita ha luogo sulla base dei provvedimenti comunali di indirizzo e programmazione di cui all'articolo 14.

6. Fino a quando non sarà stato emanato il provvedimento in materia di formazione di cui all'articolo 22, comma 4, i corsi di qualificazione per il settore alimentare di cui all'articolo 5 dei dlgs 114/1998 possono essere effettuati dai medesimi soggetti e con le medesime modalità con cui erano effettuati i corsi per la qualificazione al Registro esercenti il commercio per il settore alimentare.

### Art. 25 (Sanzioni)

I. La violazione delle disposizioni regionali previste negli strumenti attuativi è sanzionata sulla base degli articoli del d.lgs 114/1998 ai quali le stesse sono riconducibili. Negli altri casi gli strumenti attuativi possono disporre la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 500 mila a lire 3 milioni.

La presente legge sarà pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione Puglia. E fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e farla osservare come legge della Regione Puglia.

*Data a Bari, addì 4 Agosto 1999*

DISTASO