Legge regionale 7 giugno 1999, n. 12 - Testo vigente

Legge regionale 7 giugno 1999, n. 12

Principi e direttive per l'esercizio dell'attività commerciale.

(B.U. 15 giugno 1999, n. 27).

CAPO I
DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1
(Oggetto e finalità della legge).

1. La presente legge, in armonia con i principi fondamentali del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della L. 15 marzo 1997, n. 59), stabilisce, ai sensi dell'articolo 3, comma primo, lettera a), nonché dell'articolo 2, comma primo, lettera t), e dell'articolo 4 dello Statuto speciale per la Regione Valle d'Aosta, i principi e le direttive generali che regolano l'esercizio dell'attività commerciale nel territorio della Valle d'Aosta.

2. La presente legge e i provvedimenti di cui all'articolo 2, comma 1, perseguono le seguenti finalità:

a) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;

b) lo sviluppo della rete distributiva secondo criteri di efficienza e modernizzazione, assicurando l'evoluzione tecnologica dell'offerta e il pluralismo delle diverse tipologie e forme di vendita;

c) l'equilibrio funzionale e insediativo delle strutture commerciali in rapporto con l'uso del suolo e delle risorse territoriali, in raccordo con la normativa regionale in materia urbanistica e di pianificazione territoriale e paesistica;

d) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree montane e rurali, con particolare riferimento a quelle a minore dotazione del servizio;

e) il concorso alla valorizzazione delle produzioni tipiche valdostane, delle attività turistiche e del patrimonio storico e culturale regionale e, in special modo, alla conservazione e rivitalizzazione dei centri storici e al miglioramento

delle condizioni della loro fruibilità;

f) la qualificazione e l'aggiornamento professionale degli operatori commerciali, con particolare riguardo ai titolari di piccole e medie imprese;

g) la tutela dei consumatori, con particolare riguardo alla correttezza dell'informazione, al contenimento dei prezzi, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento ed alla sicurezza dei prodotti;

h) la trasparenza nei procedimenti amministrativi e nei rapporti con la pubblica amministrazione.

Art. 2
(Articolazione degli indirizzi regionali e procedure di consultazione).

1. Al fine di rendere operativo il contenuto della presente legge e di disciplinare altri aspetti della materia che forma oggetto del d.lgs. 114/1998, sono emanati due provvedimenti consiliari contenenti:

a) indirizzi e criteri per la programmazione delle medie e grandi strutture di vendita, che sostituiscano la vigente normativa regionale in materia di indicazioni programmatiche di urbanistica commerciale;

b) una raccolta completa e organica delle disposizioni in materia di commercio su aree pubbliche, ai sensi dell'articolo 28, commi 12, 13 e 14, del d.lgs. 114/1998 che sostituisca le leggi regionali 2 maggio 1995, n. 12 (Norme di attuazione della legge 28 marzo 1991, n. 112 (Norme in materia di commercio su aree pubbliche)) e 4 maggio 1998, n. 24 (Modificazioni alla legge regionale 2 maggio 1995, n. 12 (Norme di attuazione della legge 28 marzo 1991, n. 112 (Norme in materia di commercio su aree pubbliche)), in modo da costituire un riferimento normativo univoco.

2. Il Consiglio regionale provvede con atto amministrativo, da emanarsi entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, agli adempimenti di cui alla lettera a) del comma 1.

3. I provvedimenti di cui al comma 1 sono adottati sentite le rappresentanze di Comuni e Comunità montane nonché le organizzazioni regionali dei consumatori e delle imprese del commercio legalmente costituite.

Art. 3
(Programmazione delle grandi strutture di vendita).

1. Nell'ambito dei criteri di cui all'articolo 2, comma 1, lettera a), al fine di conseguire la migliore corrispondenza tra le opportunità di sviluppo della rete commerciale e le specifiche esigenze e caratteristiche delle varie parti del territorio, anche promuovendo il graduale riequilibrio del servizio distributivo tra di esse, sono stabiliti:

a) gli indirizzi e gli obiettivi di espansione della rete distributiva delle grandi strutture di vendita, con riferimento ad aree sovracomunali, da considerare come un unico bacino di utenza, nonché ad una classificazione delle medie e grandi strutture per tipologia dimensionale, ferma restando, in ogni caso, la ripartizione operata dall'articolo 4, comma 1, lettere d), e) ed f), del d.lgs. 114/1998;

b) eventuali criteri e parametri per l'individuazione dei Comuni nei quali le grandi strutture di vendita possono essere attivate, tenuto conto, in particolar modo, dell'entità demografica, dell'altitudine, dell'accessibilità, della rete dei collegamenti, del livello di attrattività turistica;

c) la disciplina degli automatismi e delle priorità di cui all'articolo 10, commi 2 e 3, del d.lgs. 114/1998 nonché delle principali modifiche delle grandi strutture di vendita e, in particolare, del loro ampliamento, trasferimento ed aggiunta di settore merceologico;

d) gli ulteriori aspetti necessari ad integrare la disciplina nazionale delle attività distributive dettata dal d.lgs. 114/1998, nello spirito di incentivazione della libera concorrenza ed iniziativa economica privata ed in conformità alle finalità espresse all'articolo 1.

Art. 4
(Programmazione delle medie strutture di vendita e ulteriori indicazioni ai Comuni).

1. Al fine di promuovere, in ambito regionale, un equilibrato sviluppo dell'offerta delle medie strutture di vendita, anche in considerazione della ridotta entità demografica dei Comuni, nell'ambito dei criteri di cui all'articolo 2, comma 1, lettera a), si prevede:

a) la redazione di atti comunali di indirizzo o programmazione delle medie strutture di vendita, anche prevedendo eventuali facilitazioni alla loro realizzazione attraverso l'ampliamento di esercizi di vicinato;

b) la promozione, da parte dei Comuni che non hanno provveduto a dotarsi dello strumento previsto alla lettera a), di accordi, di intese e di atti di concertazione tra i Comuni appartenenti alla medesima area sovracomunale configurabile come un unico bacino di utenza, al fine di coordinare il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita, nei rispettivi territori.

2. Entro centottanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, i Comuni possono inibire o sospendere, per un periodo definito e comunque non oltre il termine previsto dall'articolo 10, comma 1, lettera c), del d.lgs. 114/1998, gli effetti della comunicazione dell'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.

3. Nell'ambito dei criteri di cui all'articolo 2, comma 1, lettera a), sono altresì dettate disposizioni, ai fini dell'esercizio della facoltà in materia di orari di apertura e chiusura dei negozi prevista dall'articolo 12 del d.lgs. 114/1998, per l'individuazione dei Comuni ad economia prevalentemente turistica o delle loro zone da sottoporre, assieme al Comune di Aosta o a zone del territorio di questo, alla disciplina dell'articolo 12 del d.lgs. 114/1998, sulla base di istanza dei Comuni stessi, a modifica di quanto previsto, in sede di prima applicazione, nelle disposizioni transitorie e finali della presente legge.

4. Le medie e 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.

5. I centri commerciali, come definiti dall'articolo 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. 5
(Conferenza di servizi per le grandi strutture di vendita).

1. La domanda di apertura di una grande struttura di vendita è inoltrata al Comune competente per territorio, utilizzando la modulistica di cui all'articolo 10, comma 5, del d.lgs. 114/1998, unitamente alla seguente documentazione:

a) una relazione illustrativa contenente gli elementi per la valutazione della conformità dell'insediamento agli strumenti urbanistici;

b) il progetto definitivo dell'intervento, comprendente piante e sezioni del fabbricato con indicazione delle superfici e delle destinazioni d'uso dei locali, delle planimetrie con indicazione delle superfici delle aree a parcheggio, delle

aree libere, degli accessi e dei percorsi veicolari.

2. Il Comune procede all'istruttoria e invia alla struttura regionale competente in materia di commercio la domanda e i relativi allegati, entro trenta giorni dalla data del ricevimento della documentazione completa.

3. Nel termine di trenta giorni, decorrente dall'invio alla struttura regionale competente della domanda completa di documentazione, il Comune indice una conferenza di servizi a cui partecipano un rappresentante della Regione, uno della Comunità montana e uno del Comune, fissandone lo svolgimento, previa intesa con gli altri enti, non oltre il novantesimo giorno successivo alla data di convocazione. La data della conferenza è fissata secondo un calendario predisposto per l'area sovracomunale di riferimento configurabile come unico bacino di utenza, seguendo l'ordine cronologico del ricevimento delle domande. Le deliberazioni della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti entro novanta giorni dalla convocazione; il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. Alla conferenza partecipano, a titolo consultivo, i rappresentanti dei Comuni appartenenti alla medesima area sovracomunale e delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio.

4. La struttura regionale competente specifica gli elementi informativi che il Comune deve fornire ai componenti la conferenza dei servizi e ai partecipanti a titolo consultivo e le modalità di comunicazione.

5. La domanda regolarmente presentata, per la quale non sia stato comunicato il diniego entro centoventi giorni dall'indizione della conferenza, è ritenuta accolta.

Art. 6
(Commercio su aree pubbliche).

1. Le disposizioni di attuazione della presente legge, in materia di commercio su aree pubbliche, di cui all'articolo 2, comma 1, lettera b), devono tendere ai seguenti obiettivi:

a) riordino delle fiere e dei mercati e omogeneizzazione delle procedure per la loro gestione da parte dei Comuni;

b) tutela dei consumatori, trasparenza delle informazioni, anche mediante l'introduzione dell'indicazione dei prezzi in euro, igiene della vendita;

c) razionalizzazione delle risorse disponibili nella Regione, mediante il coordinamento tra Comuni nella determinazione di tempi e luoghi delle manifestazioni mercatali e fieristiche, anche prevedendo, se necessario, la concentrazione mediante la loro graduale diminuzione numerica ed il correlativo ampliamento dimensionale;

d) valorizzazione della funzione di servizio integrativo del commercio in forma

itinerante, specie nelle realtà territoriali minori;

e) valorizzazione delle produzioni tipiche valdostane.

Art. 7
(Compatibilità territoriale delle medie e grandi strutture di vendita).

1. Le grandi strutture di vendita sono ubicate preferenzialmente negli ambiti territoriali indicati, con riferimento ai servizi del commercio, all'articolo 23, comma 3, delle norme di attuazione del piano territoriale paesistico della Valle d'Aosta (PTP) approvato con la legge regionale 10 aprile 1998, n. 13 (Approvazione del piano territoriale paesistico della Valle d'Aosta (PTP)).

2. Le medie strutture di vendita di maggiori dimensioni, così come classificate ai sensi dell'articolo 3, comma 1, lettera a), sono ubicate preferibilmente in ogni ambito territoriale indicato dall'articolo 23, comma 3, delle norme di attuazione del PTP.

3. Gli ambiti territoriali richiamati ai commi 1 e 2 possono essere motivatamente modificati in sede di formazione degli accordi di programma di cui al comma 4 o in sede di definizione degli ambiti di integrazione di cui all'articolo 23, comma 7, delle norme di attuazione del PTP.

4. L'ubicazione alla scala urbanistica delle strutture di vendita di cui ai commi 1 e 2 non previste dagli strumenti urbanistici comunali è definita dalla Regione, d'intesa con i Comuni interessati, mediante accordo di programma ai sensi dell'articolo 27 della legge regionale 6 aprile 1998, n. 11 (Normativa urbanistica e di pianificazione territoriale della Valle d'Aosta), in coerenza con gli indirizzi di cui all'articolo 23, comma 5, lettere a), b) ed e), delle norme di attuazione del PTP.

Art. 8
(Disposizioni di carattere urbanistico).

1. Il piano regolatore generale comunale urbanistico e paesaggistico (PRGC) stabilisce, tra gli altri parametri urbanistici ed edilizi, le quantità minime di spazi di verde attrezzato, di rispetto e di parcheggio di uso pubblico, di cui devono essere dotate le grandi strutture di vendita e quelle medie di maggiori dimensioni, sulla base della classificazione stabilita ai sensi dell'articolo 3, comma 1, lettera a). Le quantità di tali spazi sono determinate in relazione alla situazione ambientale locale e, comunque, nel rispetto dei valori minimi seguenti:

a) spazi di verde attrezzato di uso pubblico e di rispetto in misura non inferiore al cento per cento della superficie di vendita;

b) spazi di parcheggio di uso pubblico in misura non inferiore al cento per cento della superficie di vendita per gli esercizi alimentari e misti e al trenta per cento per gli esercizi non alimentari, salvo quanto disposto al comma 2ter. (1)

2. L'insediamento delle medie strutture di vendita diverse da quelle richiamate al comma 1 e degli esercizi di vicinato è disciplinato dal PRGC in coerenza con le determinazioni adottate dal Consiglio regionale, ai sensi dell'articolo 23, comma 3, lettera a), della l.r. 11/1998, e nel rispetto dei seguenti ulteriori criteri:

a) nelle zone territoriali di tipo A e B, fatti salvi gli indirizzi del PTP richiamati all'articolo 7, l'apertura di nuovi esercizi di vicinato e l'ampliamento della superficie di vendita di quelli in atto sono attuati nel rispetto dell'architettura degli edifici in cui sono inseriti;

b) nelle zone territoriali diverse da quelle citate alla lettera a), i nuovi esercizi di vicinato sono ubicati, preferibilmente, unitamente ad altri servizi locali, a corona di spazi pedonali di relazione e in adiacenza a spazi di parcheggio di uso pubblico.

2bis. Per gli insediamenti commerciali derivanti da riutilizzo di contenitori aventi altra destinazione si applicano le disposizioni di cui ai commi 1 e 2. (2)

2ter. Qualora siano previste tecniche di parcheggio non tradizionali, che consentano di minimizzare le aree necessarie per la manovra, è ammessa una riduzione della superficie complessiva destinata a parcheggi, purché sia assicurata una capienza equivalente in numero di posti macchina. (3)

2quater. Allo scopo di favorire il recupero e la ristrutturazione funzionale del patrimonio edilizio esistente e di limitare il consumo di territorio, nel caso di recupero o di ristrutturazione di grandi strutture di vendita e di quelle medie di maggiori dimensioni deve essere garantita solo la dotazione di spazi di parcheggio di uso pubblico. (4)

Art. 9
(Individuazione e promozione dei centri storici).

1. Ai fini della presente legge, sono considerati centri storici gli agglomerati di interesse storico, artistico, documentario e ambientale identificati dall'articolo 36 delle norme di attuazione del PTP nel centro storico di Aosta e nei bourgs, villes, villages e hameaux individuati dal PTP stesso o che saranno individuati dai PRGC.

2. I PRGC, in coerenza con gli indirizzi dettati dall'articolo 36 delle norme di attuazione del PTP, promuovono la valorizzazione dei centri storici che presentano struttura insediativa e popolazione residente o turistica idonee allo sviluppo commerciale, determinando le prescrizioni urbanistico-edilizie, le cautele operative e le agevolazioni procedurali per la riqualificazione degli esercizi di vicinato in atto e l'insediamento di nuovi.

3. Al fine di conseguire un'efficace politica di sviluppo e promozione dei centri storici dei Comuni nelle indicazioni di cui all'articolo 2, comma 1, lettera a), sono specificati i contenuti e le modalità di esercizio dei maggiori poteri da attribuire ai Comuni in tali ambiti territoriali, ai sensi dell'articolo 10, comma 1,

lettera b), del d.lgs. 114/1998. Detti poteri possono comprendere le facoltà già previste dall'articolo 4 del decreto legge 9 dicembre 1986, n. 832, convertito con modificazioni dalla legge 6 febbraio 1987, n. 15 (Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 9 dicembre 1986, n. 832, recante misure urgenti in materia di contratti di locazione di immobili adibiti ad uso diverso da quello di abitazione), nonché la possibilità di adottare indirizzi e iniziative in materia merceologica e qualitativa, anche prevedendo incentivi, marchi di qualità o di produzione regionale, facilitazioni in materia di orari, apertura, vendite straordinarie.

4. I Comuni, ravvisandone l'opportunità ai fini di una migliore articolazione dei propri interventi di promozione e rivitalizzazione, possono, con provvedimento motivato, estendere 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.

Art. 10
(Correlazione tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale).[(5)]

1. L'esercizio coordinato delle funzioni amministrative concernenti la localizzazione, la rilocalizzazione, l'avvio, nonché la realizzazione, la ristrutturazione, l'ampliamento, la cessazione e la riattivazione delle attività commerciali è disciplinato dalla legge regionale 9 aprile 2003, n. 11 (Disposizioni concernenti l'esercizio delle funzioni amministrative in materia di insediamenti produttivi e l'istituzione dello sportello unico delle attività produttive).

2. L'interessato, all'atto della presentazione della domanda di cui agli articoli 8 e 9 del d.lgs. 114/1998, deve contestualmente presentare la domanda relativa alla concessione edilizia, con le modalità stabilite dalla normativa regionale vigente in materia di urbanistica.

3. Nelle more dell'applicazione della l.r. 11/2003 ed al fine di quanto disposto dall'articolo 6, comma 2, lettera d), del d.lgs. 114/1998, il Comune rilascia contestualmente la concessione edilizia e l'autorizzazione amministrativa al commercio per le medie e grandi strutture di vendita al termine del procedimento rispettivamente previsto agli articoli 8 e 9 del d.lgs. 114/1998.

Art. 11
(Osservatorio regionale del commercio e del turismo).

1. La Regione istituisce l'Osservatorio regionale del commercio e del turismo, con sede presso la struttura regionale competente in materia di commercio.

2. L'Osservatorio regionale persegue le seguenti finalità:

a) collaborare alla realizzazione di un sistema di monitoraggio della rete distributiva, con l'apporto dei Comuni e del sistema informativo delle Camere di commercio per l'utilizzazione dei dati indicati nella modulistica relativa alle comunicazioni, alle autorizzazioni e alle denunce all'Ufficio del registro delle

imprese di cui all'articolo 10, comma 5, del d.lgs. 114/1998 [(6)];

b) collaborare alla realizzazione di un sistema di monitoraggio del mercato turistico in grado di fornire informazioni a carattere dinamico sui principali fenomeni del mercato stesso e di garantire una costante osservazione delle caratteristiche e della evoluzione delle imprese turistiche al fine di favorire lo sviluppo e l'innovazione dell'offerta turistica regionale [(6)];

c) fornire le basi conoscitive per impostare la programmazione regionale nei settori del commercio e del turismo e per valutare il grado di attuazione e l'efficacia degli interventi regionali;

d) promuovere l'acquisizione, l'elaborazione e la diffusione delle statistiche per una migliore conoscenza dei settori del commercio e del turismo.

3. 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.

4. Per il conseguimento delle sue finalità, l'Osservatorio regionale, per il tramite della struttura regionale competente in materia di turismo e commercio, provvede a:

a) promuovere indagini e ricerche e attivare collaborazioni per lo studio delle problematiche strutturali ed economiche dei settori del commercio e del turismo, anche avvalendosi della collaborazione della struttura regionale competente in materia di statistica;

b) collaborare all'elaborazione e all'attivazione di un sistema di rilevazione dei flussi turistici che consenta una tempestiva valutazione del loro andamento, in quanto strumento essenziale per indirizzare le politiche di marketing della Regione e degli operatori turistici, pubblici e privati, la cui struttura e modalità di attuazione sono definite con deliberazione della Giunta regionale, su proposta dell'Assessore regionale competente in materia di turismo;

c) pubblicare un rapporto annuale sullo stato della rete distributiva regionale e sull'andamento del settore turistico;

d) esprimere pareri sui programmi promozionali della Regione, favorendone il raccordo con analoghe iniziative degli altri operatori, pubblici e privati;

e) predisporre annualmente il programma della propria attività per l'anno successivo [(7)].

5. Per la realizzazione delle attività dell'Osservatorio, possono essere stipulate convenzioni con soggetti pubblici o privati, che abbiano specifica competenza nei settori della distribuzione commerciale e del turismo.

6. [(8)].

Art. 11 bis
(Composizione e funzionamento dell'Osservatorio regionale). [(9)]

1. L'Osservatorio regionale è nominato con decreto del Presidente della Giunta regionale ed è composto da:

a) l'Assessore regionale competente in materia di turismo e commercio o suo delegato, che lo presiede;

b) il coordinatore del dipartimento regionale competente in materia di turismo, sport, commercio e trasporti, o suo delegato;

c) il coordinatore del dipartimento regionale competente in materia di industria, artigianato ed energia, o suo delegato;

d) il coordinatore del dipartimento regionale competente in materia di cultura, o suo delegato;

e) il coordinatore del dipartimento regionale competente in materia di agricoltura, o suo delegato;

f) un rappresentante degli enti locali, designato dal Consiglio permanente degli enti locali di cui all'articolo 60 della legge regionale 7 dicembre 1998, n. 54 (Sistema delle autonomie in Valle d'Aosta);

g) quattro rappresentanti designati d'intesa tra le associazioni di categoria maggiormente rappresentative delle imprese operanti nel settore del turismo;

h) due rappresentanti designati d'intesa tra le associazioni di categoria maggiormente rappresentative delle imprese operanti nel settore del commercio;

i) un rappresentante designato d'intesa tra le associazioni dei consumatori, riconosciute ai sensi dell'articolo 5 della legge 30 luglio 1998, n. 281 (Disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti);

j) due rappresentanti designati d'intesa tra le organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti dei settori turistico e commerciale;

k) due rappresentanti designati d'intesa tra le Aziende di informazione e accoglienza turistica ¤ Syndicats d'initiatives e le Pro loco; (*)

l) un rappresentante designato d'intesa tra i consorzi di operatori turistici riconosciuti esistenti in Valle d'Aosta;

m) un rappresentante del mondo sportivo designato dal Comitato regionale CONI.

2. La struttura regionale competente in materia di turismo e commercio richiede agli organismi interessati di designare i propri rappresentanti entro trenta giorni dalla relativa richiesta; trascorso tale termine, in difetto di designazioni, provvede la Giunta regionale su proposta dell'Assessore regionale competente in materia di turismo e commercio.

3. I componenti dell'Osservatorio regionale debbono avere adeguata esperienza nei loro settori specifici, turistico o commerciale, o essere in possesso di titoli di studio idonei a comprovare la loro competenza negli specifici settori del turismo o del commercio o, in generale, in materia di economia o statistica.

4. L'Osservatorio regionale, nella seduta d'insediamento, approva il regolamento interno recante la disciplina e le modalità per il proprio funzionamento.

5. L'Osservatorio è convocato dall'Assessore regionale competente in materia di turismo e commercio almeno due volte l'anno e ogniqualvolta se ne ravvisi la necessità; deve inoltre essere convocato entro il termine di quindici giorni dalla richiesta fatta da almeno un terzo dei componenti l'Osservatorio stesso.

6. Alle riunioni dell'Osservatorio regionale possono essere invitati a partecipare, senza diritto di voto, esperti o rappresentanti di enti o associazioni interessati all'attività dell'Osservatorio medesimo.

7. Le funzioni di segreteria dell'Osservatorio regionale sono assicurate da un funzionario designato nell'ambito dell'Assessorato regionale competente in materia di turismo e commercio.

8. L'Osservatorio regionale dura in carica cinque anni; sessanta giorni prima della sua scadenza la struttura regionale competente in materia di turismo e commercio invita gli organismi interessati, affinché provvedano a designare i loro rappresentanti, effettivi e supplenti.

CAPO II
STRUMENTI DI QUALIFICAZIONE E SVILUPPO

IMPRENDITORIALE, PROFESSIONALE ED ECONOMICO

Art. 12
(Sviluppo e rivitalizzazione dei centri minori).

1. In conformità a quanto previsto all'articolo 10, comma 1, lettera a), del d.lgs. 114/1998, la Regione, al fine di promuovere lo sviluppo e la rivitalizzazione dei Comuni montani minori, specie di media ed elevata altitudine e minore interesse turistico, per garantire in essi la presenza di un servizio distributivo minimo alla popolazione residente ed incentivandone la valorizzazione turistica, favorisce e agevola in essi la costituzione di centri polifunzionali di servizio. (10)

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

unitario, di:

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

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 la Regione o i Comuni, secondo le rispettive competenze, prevedono:

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 circonvicini. Della loro presenza è data 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 intervenire con finanziamenti volti ad agevolare la costituzione di centri polifunzionali che nel loro allestimento organizzativo e commerciale siano uniformi a criteri di massima stabiliti dalla Giunta regionale.

7. Le disposizioni di cui al presente articolo si applicano ai Comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti o a frazioni di altri Comuni con popolazione inferiore a 500 abitanti, sulla base dei criteri stabiliti dalla Giunta regionale con propria deliberazione; la Giunta regionale stabilisce altresì gli adempimenti necessari all'attuazione delle disposizioni di cui al presente articolo. (11)

Art. 13
(Attività di formazione per operatori commerciali).

1. La Regione, sentite le associazioni del settore, 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, di politiche attive del lavoro, di formazione e servizi all'impiego.

2. L'attività formativa regionale prevista all'articolo 5 del d.lgs. 114/1998 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 uniformità dei livelli minimi di formazione a livello regionale, mediante procedure uniformi di espletamento di prove finali, ove la Regione intenda decentrare l'effettuazione dell'attività.

3. La Regione, mediante apposita convenzione, affida la gestione dei corsi a soggetti che hanno ottenuto l'accreditamento della loro struttura da parte della Regione. La valutazione del possesso dei requisiti minimi per l'accreditamento verrà definito da un apposito regolamento regionale, sulla base dei seguenti requisiti ed indicatori:

a) capacità logistiche e strutturali;

b) situazione economica della struttura;

c) disponibilità di competenze professionali;

d) livelli di efficacia ed efficienza, raggiunti nelle attività precedentemente realizzate;

e) interrelazioni maturate con il sistema sociale e produttivo presente sul territorio regionale;

f) verificabilità dei bilanci.

4. Il provvedimento che disciplina l'attività di formazione è emanato dalla Giunta regionale entro centoventi giorni dall'entrata in vigore della presente legge. Esso stabilisce:

a) il numero di corsi qualificanti di cui all'articolo 5, comma 5, del d.lgs. 114/1998 previsti annualmente e le modalità per la loro determinazione;

b) le materie previste e le ore minime di insegnamento, eventualmente integrabili dai soggetti gestori dei corsi qualificanti, curando il livello qualitativo dei corsi e la loro omogeneità nell'ambito regionale e 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 all'informazione del consumatore, alla normativa sull'igiene dei prodotti alimentari e sulle azioni sistematiche di controllo che gli operatori devono effettuare, nonché le materie idonee a fornire elementi di gestione e marketing aziendale;

c) le modalità di svolgimento delle prove finali dei corsi qualificanti, che devono aver luogo innanzi ad una commissione regionale e consistere in una prova scritta ed 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, del d.lgs. 114/1998 che fosse opportuno disciplinare o integrare, compresi criteri e direttive per l'organizzazione dei corsi facoltativi di aggiornamento.

Art. 14
(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 regolamento regionale sono definiti:

a) i requisiti affinché strutture o centri istituiti, anche in forma consortile, dalle associazioni di categoria e da altri soggetti interessati possano essere autorizzati a svolgere attività di assistenza tecnica;

b) le modalità di autorizzazione regionale, ai sensi dell'articolo 23, comma 2, del d.lgs. 114/1998, tenendo conto che le attività di assistenza tecnica devono essere svolte a favore di tutti gli operatori commerciali che facciano richiesta di prestazioni, a prescindere dalla loro appartenenza o meno ad associazioni di categoria;

c) l'individuazione delle attività di assistenza tecnica ammesse a finanziamento regionale, 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 (Interventi urgenti per l'economia);

d) i criteri per la certificazione di qualità degli esercizi commerciali;

e) ogni altra disposizione necessaria al sollecito avvio e funzionamento

dell'attività di assistenza tecnica.

CAPO III
VENDITE STRAORDINARIE [(12)]

Art. 14bis
(Vendite promozionali) [(13)]

1. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di promuovere l'acquisto di prodotti individuati, praticando condizioni favorevoli, reali ed effettive, quali sconti e ribassi sul prezzo ordinario di vendita dei suddetti prodotti.

2. Durante tutto il periodo della vendita promozionale, l'esercente deve obbligatoriamente esporre cartelli informativi ben visibili che riportino la tipologia di vendita che si sta effettuando. I prodotti oggetto della vendita promozionale devono essere chiaramente distinguibili da quelli venduti al prezzo ordinario e devono riportare in modo ben visibile il relativo prezzo e lo sconto o il ribasso praticato, espresso in percentuale rispetto al prezzo normale di vendita.

3. L'esercente che intende effettuare una vendita di fine stagione o saldo durante i periodi di cui all'articolo 16, comma 4, avendo in corso vendite promozionali dei medesimi prodotti, deve sospendere queste ultime almeno quindici giorni prima dell'inizio della vendita di fine stagione o saldo e per l'intera durata della stessa.

Art. 15
(Vendite di liquidazione) [(14)]

1. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di vendere, in breve tempo, i suoi prodotti, qualora ricorrano i seguenti casi:

a) cessazione dell'attività commerciale;

b) cessione d'azienda;

c) trasferimento dell'attività commerciale in altri locali;

d) trasformazione o rinnovo dei locali.

2. L'esercente che intende effettuare una vendita di liquidazione deve darne comunicazione al Comune ove ha sede l'esercizio, mediante lettera in carta libera, almeno dieci giorni prima della data di inizio della vendita.

3. La comunicazione di cui al comma 2 deve contenere le seguenti indicazioni:

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 definitivo redatto con atto pubblico o scrittura privata autenticata;

c) in caso di liquidazione per trasferimento in altri locali, copia della comunicazione di trasferimento, se trattasi di esercizi di vicinato, ovvero dell'autorizzazione negli altri casi, unitamente a prova della disponibilità dei nuovi locali;

d) in caso di liquidazione per trasformazione o rinnovo dei locali, dichiarazione di esecuzione dei lavori per un importo al metro quadrato, IVA esclusa, non inferiore a euro 100 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.

4. Le vendite di liquidazione possono essere effettuate, in ogni periodo dell'anno, per una durata massima complessiva di tredici settimane.

5. L'esercente che intenda effettuare una vendita di liquidazione durante il mese di dicembre o nei trenta giorni antecedenti l'inizio di ciascun periodo di vendite di fine stagione o di saldi deve darne comunicazione al Comune ove ha sede l'esercizio almeno trenta giorni prima della data di inizio della vendita. Nel caso di vendita di liquidazione per il rinnovo o la trasformazione dei locali, la comunicazione deve contenere, in aggiunta a quanto previsto dal comma 3, idonea documentazione certificata da un tecnico iscritto ad albo professionale, da cui risulti l'urgenza e l'indifferibilità dei lavori.

6. 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.

7. I prodotti che formano oggetto della vendita di liquidazione devono riportare in modo ben visibile il relativo prezzo e lo sconto o il ribasso praticato, espresso in percentuale rispetto al prezzo normale di vendita.

Art. 16
(Vendite di fine stagione o saldi).

1. Per prodotti di 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 ed i prodotti tipici natalizi e pasquali, al termine del rispettivo periodo di ricorrenza. (15)

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

3. L'esercente che intende effettuare una vendita di fine stagione o saldo deve darne comunicazione al Comune ove ha sede l'esercizio, mediante lettera in carta libera, almeno dieci giorni prima della data di inizio della vendita. La comunicazione deve contenere le seguenti indicazioni: (16)

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, per un massimo di cinquanta giorni consecutivi per ciascun periodo, nei seguenti periodi:

a) tra il 10 gennaio ed il 31 marzo;

b) tra il 10 luglio ed il 30 settembre. (17)

4bis. Durante tutto il periodo della vendita di fine stagione o saldo, l'esercente deve obbligatoriamente esporre cartelli informativi ben visibili che riportino l'indicazione dei termini iniziale e finale di durata. I prodotti oggetto della vendita di fine stagione o saldo devono essere chiaramente distinguibili da quelli venduti al prezzo ordinario e devono riportare in modo ben visibile il relativo prezzo e lo sconto o il ribasso praticato, espresso in percentuale rispetto al prezzo normale di vendita. (18)

Art. 17
(Disposizioni comuni).

1. Nelle vendite straordinarie è vietato il riferimento a vendite fallimentari, aste, vendite giudiziarie, giochi a premio nonché la vendita con il sistema del pubblico incanto. (19)

2. L'esercente 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, l'indicazione della tipologia di vendita straordinaria, la durata ed i prodotti oggetto della vendita medesima. (20)

3. Le merci offerte in vendita straordinaria debbono essere nettamente separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie. In mancanza di separazione, tutte le merci esposte debbono essere vendute alle condizioni più favorevoli previste per la vendita straordinaria, salvo il caso in cui le stesse non possano essere oggetto di essa.

4. Nel caso in cui per una stessa voce merceologica si pratichino 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 dovranno 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 straordinaria è ammesso vendere solo merci già presenti nell'esercizio, con divieto di introdurne di nuove, sia acquistate sia in conto deposito. (21)

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.

CAPO IV
DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 18
(Disposizioni transitorie e finali).

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

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

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 agli articoli 4 e 9;

c) alla ricognizione dello stato di informatizzazione della gestione dei dati e delle procedure relativi al commercio ed alla comunicazione delle risultanze

alla struttura regionale competente;

d) ad inoltrare alla Giunta regionale motivata istanza di inserimento, anche di sole sue parti, nel novero dei Comuni o frazioni a prevalente economia turistica.

2. Successivamente all'approvazione da parte del Consiglio regionale del provvedimento attuativo in materia economico-commerciale di cui all'articolo 2, comma 1, lettera a), i Comuni integrano le analisi e gli studi preliminari, trasformandoli in progetti di regolamentazione, sviluppo e promozione della rete distributiva.

3. I Comuni verificano la necessità di adeguamento degli strumenti urbanistici generali e attuativi alle disposizioni degli articoli 7 e 8 e a quelle in essi richiamate, entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge; gli eventuali adeguamenti dei relativi PRGC, anche in considerazione di quanto previsto dall'articolo 7, comma 4, vanno perfezionati entro i termini previsti dalla l.r. 11/1998. Decorso inutilmente il termine di cui all'articolo 13, comma 2, della l.r. 11/1998, la Regione provvede ai sensi dell'articolo 6, comma 6, del d.lgs. 114/1998.

4. In sede di prima applicazione della presente legge, i Comuni sono individuati, ai fini delle disposizioni di cui all'articolo 12 del d.lgs. 114/1998, sulla base del decreto del Presidente della Giunta regionale n. 345 del 24 luglio 1972.

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, lettera a).

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 articolo 4. Fino all'entrata in vigore del provvedimento di cui all'articolo 2, comma 1, non può essere negata l'autorizzazione all'apertura o all'ampliamento di una media struttura, a condizione che la superficie di vendita attivata non superi i limiti dimensionali previsti dall'articolo 4, comma 1, lettera e), del d.lgs. 114/1998, in caso di concentrazione o accorpamento:

a) di esercizi di vicinato operanti nello stesso Comune e autorizzati, ai sensi dell'articolo 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426 (Disciplina del commercio), per la vendita di generi di largo e generale consumo alla data del 24 aprile 1998;

b) di medie strutture di vendita operanti nello stesso Comune e autorizzate, ai sensi dell'articolo 24 della l. 426/1971, per la vendita di generi di largo e generale consumo alla data del 24 aprile 1998.

Art. 19
(Dichiarazione d'urgenza).

1. La presente legge è dichiarata urgente ai sensi dell'articolo 31, comma terzo,

dello Statuto speciale per la Valle d'Aosta ed entrerà in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regione.

INDICE

CAPO I
DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 - Oggetto e finalità della legge

Art. 2 - Articolazione degli indirizzi regionali e procedure di consultazione

Art. 3 - Programmazione delle grandi strutture di vendita

Art. 4 - Programmazione delle medie strutture di vendita e ulteriori indicazioni ai Comuni

Art. 5 - Conferenza di servizi per le grandi strutture di vendita

Art. 6 - Commercio su aree pubbliche

Art. 7 - Compatibilità territoriale delle medie e grandi strutture di vendita

Art. 8 - Disposizioni di carattere urbanistico

Art. 9 - Individuazione e promozione dei centri storici

Art. 10 - Correlazione tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

Art. 11 - Osservatorio regionale del commercio e del turismo

CAPO II
STRUMENTI DI QUALIFICAZIONE E SVILUPPO

IMPRENDITORIALE, PROFESSIONALE ED ECONOMICO

Art. 12 - Sviluppo e rivitalizzazione dei centri minori

Art. 13 - Attività di formazione per operatori commerciali

Art. 14 - Assistenza tecnica alle piccole e medie imprese commerciali

CAPO III
VENDITE DI LIQUIDAZIONE E DI FINE STAGIONE

Art. 15 - Vendite di liquidazione

Art. 16 - Vendite di fine stagione o saldi

Art. 17 - Disposizioni comuni

CAPO IV
DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 18 - Disposizioni transitorie e finali

Art. 19 - Dichiarazione d'urgenza

(*) L'art. 13, comma 1, della L.R. 26 maggio 2009, n. 9 dispone che "ogni riferimento contenuto nelle leggi o nei regolamenti regionali alle Aziende di informazione ed accoglienza turistica - Syndicats d'initiatives (AIAT) deve intendersi effettuato, a far data dal 1° gennaio 2010, all'Office régional."

(1) Lettera così modificata dall'art. 1, comma 1, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(2) Comma aggiunto dall'art. 1, comma 2, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(3) Comma aggiunto dall'art. 1, comma 3, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(4) Comma aggiunto dall'art. 1, comma 4, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(5) Articolo così sostituito dall'art. 2 della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(6) Lettera così sostituita dall'art. 4 della L.R. 15 marzo 2001, n. 6.

(7) Comma così sostituito dall'art. 4 della L.R. 15 marzo 2001, n. 6.

(8) Comma abrogato dall'art. 4 della L.R. 15 marzo 2001, n. 6.

(9) Articolo inserito dall'art. 5 della L.R. 15 marzo 2001, n. 6.

(10) Comma così modificato dall'art. 3, comma 1, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(11) Comma così sostituito dall'art. 3, comma 2, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(12) Titolo così sostituito dall'art. 4 della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(13) Articolo inserito dall'art. 5 della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36, e così sostituito dall'art. 36 della L.R. 29 marzo 2007, n. 4.

(14) Articolo così sostituito dall'art. 6 della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(15) Lettera così sostituita dall'art. 7, comma 1, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(16) Alinea così sostituito dall'art. 7, comma 2, della L.R. 23 dicembre 2004, n.

36.

(17) Comma così sostituito dall'art. 7, comma 3, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(18) Comma aggiunto dall'art. 7, comma 4, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(19) Comma così modificato dall'art. 8, comma 1, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(20) Comma così sostituito dall'art. 8, comma 2, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

(21) Comma così modificato dall'art. 8, comma 3, della L.R. 23 dicembre 2004, n. 36.

Consiglio Regionale della Valle d'Aosta © 2010