

LEGGE REGIONALE N. 10 DEL 25 FEBBRAIO 2014

“DISPOSIZIONI IN MATERIA DI PRODUZIONE E DI VENDITA DEL PANE E MODIFICHE DEGLI ARTICOLI 3 E 4 DELLA LEGGE REGIONALE 9 GENNAIO 2014, N.1 (NUOVA DISCIPLINA IN MATERIA DI DISTRIBUZIONE COMMERCIALE)”.

IL CONSIGLIO REGIONALE

Ha approvato

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

PROMULGA

La seguente legge:

Art.1
(Oggetto e finalità)

OMISSIS

1. La Regione riconosce il fondamentale ruolo economico del settore della panificazione e, in conformità alle norme comunitarie e alla legislazione nazionale, nell'esercizio delle funzioni ad essa delegate, persegue i seguenti obiettivi:
- a) la valorizzazione del settore mediante la modernizzazione e lo sviluppo dell'attività di panificazione;
 - b) il miglioramento qualitativo e l'incremento della sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti commercializzati;
 - c) il miglioramento dell'informazione a tutela della salute e della sicurezza del cittadino-consumatore;
 - d) il riconoscimento delle diverse tipologie produttive e di commercializzazione del pane;
 - e) la promozione dei contratti di filiera finalizzati alla tracciabilità del prodotto;
 - f) l'attuazione di strumenti finalizzati alla valorizzazione ed alla promozione dei prodotti tipici da forno della tradizione campana;
 - g) la promozione dell'ammodernamento e del miglioramento qualitativo delle imprese del settore della panificazione;
 - h) la realizzazione di strumenti permanenti di monitoraggio, di elaborazione di proposte e dell'attuazione di iniziative;
 - i) la lotta alla panificazione abusiva e alla concorrenza sleale;
 - l) la riduzione dell'impatto ambientale per i materiali di confezionamento.

OMISSIS

2. Il Dipartimento della programmazione e dello sviluppo economico della Giunta Regionale esercita, in via esclusiva, il controllo analogo sulla applicazione della presente legge e delle leggi regionali: 9 gennaio 2014, n. 1 (Nuova disciplina in materia di distribuzione commerciale), 6 dicembre 2013, n. 19 (Assetto dei consorzi per le aree di sviluppo industriale), 30 ottobre 2013, n. 15 (Disposizioni in materia di razionalizzazione delle società partecipate dalla Regione Campania del Polo Sviluppo, Ricerca e I.C.T.).

Art. 12

(Modifiche agli articoli 3 e 4 della legge regionale 1/2014)

1. La legge regionale 9 gennaio 2014, n.1 (Nuova disciplina in materia di distribuzione commerciale), è così modificata:

a) la lettera v) del comma 1 dell'articolo 3 è sostituita dalla seguente: "v) esercizi di vicinato, gli esercizi con le superfici di vendita nei limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, lettera d) del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59)";

b) la lettera z) del comma 1 dell'articolo 3 è sostituita dalla seguente: "z) medie strutture di vendita, gli esercizi con le superficie di vendita nei limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, alla lettera e) del decreto legislativo 114/98";

2. L'articolo 4 della legge regionale 1/2014 è così modificato:

a) alla lettera a) del comma 1 le parole: "fino a 150 metri quadrati" sono sostituite dalle seguenti: "nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera v)";

b) alla lettera c) del comma 1 le parole: "da 151 metri quadrati a 2.500 metri quadrati" sono sostituite dalle seguenti: "nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera z)";

c) alla lettera d) del comma 1 le parole: "da 151 metri quadrati a 2.500 metri quadrati" sono sostituite dalle seguenti: "nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera z)".

Art. 13

(Norma finanziaria)

1. La presente legge non comporta oneri finanziari a carico del bilancio regionale.

Art. 14

(Entrata in vigore)

1. La presente legge entra in vigore il giorno successivo alla pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regione.

La presente legge sarà pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania.

E' fatto obbligo a chiunque spetti, di osservarla e di farla osservare come legge della Regione Campania.

OMISSIS

Caldoro

3. L'attività del Comitato, entro tre mesi dall'entrata in vigore della presente legge, è disciplinata con atto regolamentare regionale.
4. La funzione di Segretario del Comitato è svolta da un funzionario regionale del Settore Promozione e Sviluppo delle attività commerciali della Giunta regionale, designato dall'Assessore al ramo e nominato con apposito atto di Giunta regionale.”

Note all'articolo 12.

Commi 1 e 2.

Legge regionale 9 gennaio 2014, n. 1: “Nuova disciplina in materia di distribuzione commerciale.”

Articolo 3: “Definizioni.”

Comma 1, lettere v) e z)

“1. Ai fini della presente legge si intendono per:

- v) esercizi di vicinato, gli esercizi con superficie di vendita fino a 150 metri quadrati;
- z) medie strutture di vendita, gli esercizi, anche in forma di centro commerciale, aventi superficie di vendita compresa tra 151 e 1.500 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente non superiore a 10.000 abitanti e tra 151 e 2.500 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;”

Articolo 4: “Classificazione degli esercizi commerciali.”

Comma 1, lettere a), c) e d): “1. Le strutture commerciali sono classificate nel modo seguente:

- a) EV: esercizio di vicinato per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari con superficie di vendita fino a 150 metri quadrati;
- c) MA/M: media struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari, avente superficie di vendita da 151 metri quadrati a 2500 metri quadrati;
- d) ME: media struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari, avente superficie di vendita da 151 metri quadrati a 2500 metri quadrati;”

Si pubblica di seguito il testo degli articoli 3 e 4 della legge regionale 9 gennaio 2014, n. 1: “Nuova disciplina in materia di distribuzione commerciale.”, così come risultano modificati dalla legge regionale sopra riportata.

La pubblicazione del presente testo coordinato ha valore meramente notiziale e non incide sul valore legale degli atti pubblicati ed è stato redatto dall'Ufficio Legislativo del Presidente della Giunta regionale, ai sensi dell'art. 8 del “Regolamento di disciplina del Bollettino ufficiale della regione Campania in forma digitale” (D.P.G.R. n. 15/2009), al solo fine di facilitarne la lettura. Le modifiche apportate sono evidenziate con caratteri corsivi.

Testo coordinato degli articoli 3 e 4 della Legge regionale 9 gennaio 2014, n. 1: “Nuova disciplina in materia di distribuzione commerciale”.

Art. 3

(Definizioni)

1. Ai fini della presente legge si intendono per:

- a) commercio al dettaglio, l'attività svolta in forma temporanea o permanente, da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, come su aree pubbliche, con distributori automatici e al domicilio dei consumatori direttamente al consumatore finale;
- b) commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande, per assumere tale attività la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;
- c) commercio elettronico, le operazioni commerciali svolte on-line e disciplinate dal decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 (Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico);
- d) commercio su aree private, il commercio al minuto effettuato su aree o in locali privati, a mezzo di attrezzature idonee all'attività;
- e) commercio su aree pubbliche, il commercio al minuto effettuato su aree pubbliche, coperte o scoperte, strade, canali, piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico, di cui il Comune ha, in forma temporanea o permanente, la disponibilità;
- f) mercato su area privata, l'area privata adibita all'esercizio dell'attività mercatale per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la vendita di prodotti tipici, la vendita di prodotti artigianali, la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, senza installazione di strutture fisse nei posteggi e senza edificazione di volumetrie edilizie nell'area occupata dall'attività mercatale. Per superficie di vendita del mercato su area privata si intende quella risultante dalla somma delle superfici dei singoli posteggi;
- g) forme speciali di vendita al dettaglio, la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi o la vendita per mezzo di apparecchi automatici o la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione o la vendita presso il domicilio dei consumatori;
- h) superficie di vendita di un esercizio commerciale, l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature, vetrine, cabine di prova e simili e le aree di esposizione della merce, se accessibili alla clientela. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, laboratori, locali tecnici, uffici, servizi, avancasse, le zone interdette ai clienti e, anche se accessibile alla clientela, l'area scoperta, se adiacente all'esercizio commerciale e di dimensioni non superiori al venti per cento della superficie di vendita;
- i) l'autorizzazione permanente è il titolo amministrativo che legittima lo svolgimento dell'attività commerciale senza scadenza temporale. Nelle grandi strutture della tipologia G1E, per la determinazione della superficie di vendita sono computati al cinquanta per cento gli spazi occupati da merce non amovibile nel limite massimo del cinquanta per cento della superficie destinata alla vendita;
- l) autorizzazione temporanea, il titolo amministrativo che legittima lo svolgimento dell'attività commerciale per un determinato periodo temporale;
- m) centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale almeno sei esercizi commerciali sono inseriti in un complesso a destinazione specifica ed usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente e sono articolati lungo un percorso pedonale di accesso che consente la diretta comunicazione tra i singoli esercizi. Per superficie di vendita di un centro commerciale s'intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti. E' vietata la denominazione di centro commerciale per tipologie di complessi commerciali che presentano differenti caratteristiche;

- n) parco commerciale, l'aggregazione di medie o grandi strutture di vendita insistenti in immobili distinti e ricadenti nella medesima area territoriale e funzionale, che condividono la fruizione di un sistema di accessibilità comune, per cui, anche se contraddistinte da autonome autorizzazioni all'apertura, si configurano come un unico progetto commerciale;
- o) outlet, l'esercizio commerciale destinato alla vendita di eccedenze di produzione, seconde scelte, merci rese al produttore, rimanenze di fine serie in capo al produttore o di fine stagione, merci a lenta rotazione, ordinativi annullati, apposite linee di produzione o prove di mercato. E' vietata la denominazione di outlet per tipologie di esercizi commerciali che vendono prodotti differenti da quelli sopra elencati;
- p) factory outlet center, l'aggregazione di esercizi commerciali di tipologia di outlet;
- q) temporary shop, esercizi temporanei in sede fissa, gli insediamenti dove si svolgono temporanei eventi di promozione o esposizione al pubblico di prodotti alimentari e non alimentari. Negli esercizi di vicinato temporanei in sede fissa, temporary shop, può essere esercitata la vendita al pubblico per un periodo che non può superare i quarantacinque giorni in occasioni di fiere, feste, manifestazioni, mercati, convegni, o comunque riunioni straordinarie di persone per il periodo coincidente con l'evento, previo il possesso dei requisiti morali previsti dall'articolo 71 del decreto legislativo 59/2010, e l'iscrizione, in caso di vendita oltre i trenta giorni, al registro delle imprese presso la Camera di commercio, industria ed artigianato ed essere titolari di un'attività di vendita non temporanea, a garanzia del consumatore;
- r) motivi imperativi di interesse generale, le ragioni di pubblico interesse, quali la tutela dei consumatori e dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano, dell'ordine pubblico, della sicurezza pubblica, dell'incolumità pubblica, della sanità pubblica, della sicurezza stradale, dei lavoratori, compresa la protezione sociale degli stessi, dei destinatari di servizi, il mantenimento dell'equilibrio finanziario del sistema di sicurezza sociale, l'equità delle transazioni commerciali, la lotta alla frode, la tutela della salute degli animali, della proprietà intellettuale, la conservazione del patrimonio nazionale storico ed artistico, gli obiettivi di politica sociale e di politica culturale;
- s) lo sportello unico per le attività produttive, di seguito denominato SUAP, del Comune competente per territorio o della struttura associativa di enti locali di cui al decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 (Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali);
- t) segnalazione certificata di inizio attività, di seguito denominata SCIA, come prevista dall'articolo 19 della legge 241/1990, con efficacia dalla sua presentazione;
- u) settori merceologici, il settore alimentare ed il settore non alimentare nei quali si articola l'attività commerciale;
- v) *esercizi di vicinato, gli esercizi con le superfici di vendita nei limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, lettera d) del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 (Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59);*
- z) *medie strutture di vendita, gli esercizi con le superfici di vendita nei limiti previsti dall'articolo 4, comma 1, alla lettera e) del decreto legislativo 114/98;*
- aa) grandi strutture di vendita, gli esercizi, anche in forma di centro commerciale, aventi superficie di vendita superiore a 1.500 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente non superiore a 10.000 abitanti e a 2.500 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- bb) centro commerciale naturale, l'aggregazione tra imprese commerciali, artigianali e di servizio insistenti in una determinata area nel centro storico per valorizzare il territorio e rendere più competitivo il sistema commerciale.

Art. 4

(Classificazione degli esercizi commerciali)

1. Le strutture commerciali sono classificate nel modo seguente:

- a) EV: esercizio di vicinato per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari con superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera v)*;
- b) EMI: esercizio speciale per la vendita di merci ingombranti, cioè le merci non alimentari di cui il venditore non può effettuare la consegna immediata, come automobili, mobili, elettrodomestici, legnami e materiali per l'edilizia;
- c) MA/M: media struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari, avente superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera z)*;
- d) ME: media struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari, avente superficie di vendita *nei limiti dimensionali previsti dall'articolo 3, comma 1, lettera z)*;
- e) G1A/M ipermercato: grande struttura di vendita per il commercio di prodotti alimentari e non alimentari, avente superficie di vendita fino a 5.000 metri quadrati;
- f) G1E: grande struttura di vendita per il commercio esclusivamente di prodotti non alimentari, avente superficie di vendita fino a 15.000 metri quadrati;
- g) G2CQ: centro commerciale di quartiere o interquartiere, quale grande struttura di vendita costituita da almeno 6 esercizi commerciali in diretta comunicazione tra loro o posti all'interno di una struttura funzionale unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, con superficie di vendita fino a 5.000 metri quadrati;
- h) G2CI: centro commerciale inferiore, cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 8 esercizi commerciali con le caratteristiche previste dalla lettera g), con superficie di vendita compresa tra 5.001 metri quadrati e 15.000 metri quadrati;
- i) G2CS : centro commerciale superiore, cioè grande struttura di vendita costituita da almeno 12 esercizi commerciali, con le caratteristiche previste dalla lettera g), con superficie di vendita maggiore di 15.000 metri quadrati;
- l) GACP: centro commerciale costituito da aggregazioni commerciali polifunzionali, cioè grande struttura di vendita formata in maniera prevalente da aziende commerciali, artigianali e di servizi aventi sede nel territorio regionale, per promuovere la modernizzazione delle piccole e medie imprese regionali, nonché per salvaguardare i livelli occupazionali;
- m) MAP: mercato su area privata costituito da aggregazione di posteggi in numero di almeno 20, la cui singola superficie non supera 80 metri quadrati e di superficie complessiva di vendita non superiore a 10.000 metri quadrati nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti e non superiore a 3000 metri quadrati nei Comuni con popolazione non superiore a 10.000 abitanti.

2. Non sono considerati centri o parchi commerciali e non formano una struttura funzionale unitaria l'insieme di singoli negozi allocati in edifici a prevalente destinazione abitativa o direzionale, anche se collegati funzionalmente da percorsi pedonali comuni o di esercizi commerciali insistenti in un immobile privo di destinazione specifica oppure in uno stesso immobile che utilizzano separatamente accessi, ingressi ed aree di parcheggio.

3. Le autorizzazioni o la SCIA delle singole attività di un centro commerciale discendono da un unico provvedimento generale, rilasciato anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo. Le modifiche di ripartizione della superficie di vendita degli esercizi posti all'interno del centro commerciale sono soggette alla comunicazione allo SUAP, se resta invariata la superficie di vendita complessiva del centro commerciale.

4. Nei centri commerciali la superficie di vendita occupata dagli esercizi di vicinato non è inferiore al quaranta per cento della superficie netta complessiva.

5. E' vietato il trasferimento di sede di un'attività fuori dal centro commerciale di appartenenza.

6. Le SCIA delle singole attività che compongono un mercato su area privata discendono da un unico provvedimento generale, rilasciato anche ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo. Le modifiche di ripartizione della superficie di vendita all'interno del

mercato in area privata, nonché gli eventuali spostamenti di posteggio delle singole attività sono soggette alla comunicazione allo SUAP, se resta invariata la superficie di vendita complessiva del mercato.

7. E' vietato il trasferimento di sede di un'attività al di fuori del mercato in area privata di appartenenza.

8. La Regione promuove interventi per lo sviluppo delle imprese operanti nel settore agroalimentare, favorendo i processi di aggregazione in un'ottica di filiera tesi alla valorizzazione delle tipicità ed al recupero delle tradizioni locali. Per favorire i percorsi di filiera corta, che in una logica di rapporto diretto produttore-consumatore, assicurano la conservazione dei valori intrinseci dei prodotti tipici e dei prodotti locali, come la qualità, la tracciabilità, il rispetto delle tradizioni, la Regione promuove la creazione di centri di aggregazione in strutture di piccole e medie dimensioni, provvedendo alla definizione di procedure autorizzative semplificate anche attraverso procedimenti unici.

9. La Regione riconosce la filiera della panificazione ai fini della tracciabilità e commercializzazione delle produzioni panarie.