Nuovo codice del commercio, Giunta Toscana vara proposta di legge

Autore : Redazione

Data : 26 Aprile 2018



Dichiarazione del Presidente Rossi e dell'Ass. Ciuoffo

Riceviamo e pubblichiamo da Agenzia Toscana Notizie.

Una nuova proposta di legge è stata approvata dalla giunta regionale con l'obiettivo di rivisitare l'intera materia del commercio e sostituire l'attuale Codice regionale del commercio, risalente al 2005 e già più volte modificato negli anni precedenti.

Oltre alle modifiche che scaturiscono dagli obblighi di recepimento di norme statali, soprattutto in tema di distribuzione di carburanti e di vendita della stampa, la nuova legge pone una grande attenzione ai temi della qualificazione delle aree urbane, sia di quelle soggette a degrado, anche a livello commerciale, che di quelle di pregio che richiedono interventi per mantenerne intatte le caratteristiche.

Inoltre, viene promosso lo sviluppo dei centri commerciali naturali e reinserito un ruolo attivo della Regione nell'apertura delle grandi strutture di vendita.

Ha commentato il presidente Enrico Rossi:

> È un'importante delibera che chiude un ciclo iperliberista, quello della totale liberalizzazione delle licenze, contro cui, da Monti in poi, noi ci siamo opposti, soprattutto con la legge 65 del governo del territorio. Prevediamo interventi di regolazione consapevoli che in questo modo tuteliamo gli interessi prima di tutto dei consumatori, perché oltre un certo limite, la presenza della grande distribuzione ricade sul prodotto e quindi non calmiera più i prezzi.
>
> In secondo luogo, facciamo l'interesse della vivibilità della Toscana, dei suoi centri commerciali naturali che proviamo a difendere dando ai Comuni i pieni poteri per identificarli. Vogliamo che commercio, vita civile, vita associata, vivibilità dei centri, tornino ad essere l'obiettivo principale non solo della Toscana dove lo sono da tempo.
>
> A livello nazionale speriamo che le cose si muovano nella stessa direzione, quella auspicata da

noi e da tanti operatori di categoria. La presenza del commercio fa sicurezza, rende i nostri borghi più belli e vivibili. Per questo abbiamo deciso di puntare e dare impulso anche ai mercatali, dove si vende in genere la filiera corta, un settore che produce qualità e lavoro, eliminando costi ambientali che spesso sono alti e pericolosi.

Ha aggiunto l'Assessore al commercio Stefano Ciuoffo:

La Toscana vuole mantenere il suo ruolo di guida nella regolamentazione dell'esercizio dell'attività commerciale, lo abbiamo fatto in passato e cerchiamo di farlo ancora meglio con questo testo unico.

Inseriamo da una parte una valutazione più approfondita rispetto all'apertura di nuove attività di grande distribuzione e centri commerciali, con la valutazione aggiuntiva che vede coinvolte le associazioni di categoria, utile a comprendere la compatibilità rispetto al contesto, al territorio e al sistema distributivo esistente.

Il nuovo testo non re-introduce il limite dimensionale per le grandi strutture perché attinente alla disciplina Urbanistica, che ha nei Piani Strutturali gli strumenti propri per verificare la sostenibilità di nuovi insediamenti nei territori. Dobbiamo ricordare che questa legge non è di divieti ma di promozione. Vogliamo essere propositivi nella valorizzazione del sistema del commercio diffuso che rappresenta la nostra regione e che in Toscana trova una sua tradizione e solidità. Il commercio, insieme ad altre attività collettive è l'anima dei nostri centri storici e dei nostri borghi, che altrimenti perderebbero la loro natura, è un valore identitario delle nostre città e quindi, della Toscana.

Vediamo per punti le principali novità del codice
Commercio in sede fissa. Viene stabilita una stretta connessione tra previsione urbanistica e abilitazione commerciale e, in particolare per le grandi strutture di vendita, oltre alle valutazioni di sostenibilità urbanistico/ambientale dell'area di insediamento, tenuto conto della legge regionale 65 del 2014, effettuate in sede di conferenza di copianificazione, viene reintrodotto il ruolo regionale nel momento della valutazione del progetto.

In assenza di specifica regolamentazione e considerata la sempre maggiore diffusione, vengono disciplinati i *temporary store*, vendita temporanea non superiore a novanta giorni, nei quali le vendite possono essere effettuate anche da aziende produttrici, nel corso di eventi, per la promozione del proprio marchio, e l'attività temporanea di vendita, svolta in aree o edifici privati o pubblici ad uso privato, in occasione di manifestazioni, spettacoli e riunioni straordinarie di persone per le quali non costituisca ragione esclusiva o prevalente e che abbia ad oggetto esclusivamente prodotti attinenti all'evento stesso.

Qualificazione e valorizzazione dei luoghi del commercio. Vengono delineati percorsi di promozione e sostegno della rete commerciale tradizionale, aree comunali di particolare interesse, per valore e pregio o per particolare fragilità commerciale o presenza di fenomeni di degrado urbano: rigenerazione urbana, possibilità di esenzioni o riduzioni dei costi dei servizi e delle imposte comunali, accesso facilitato al credito e programmi di qualificazione della rete commerciale, con un'attenzione particolare anche verso i prodotti locali e di qualità.

Valorizzazione dei centri commerciali naturali, attraverso la creazione di un organismo di gestione che definisca insieme al comune interventi sia di carattere strutturale per favorirne accessibilità e fruibilità, parcheggi, sistemi di trasporto pubblico, realizzazione di infrastrutture, sistemi di illuminazione, che commerciale, costituzione di reti di fidelizzazione dei consumatori, condivisione di spazi, integrazione

dell'attività commerciale con la promozione turistica e culturale, formazione degli operatori, riutilizzo di fondi rimasti vuoti.

Vendita della stampa quotidiana e periodica. Recepite solo in parte le più recenti disposizioni nazionali in materia in quanto viene ritenuta prevalente l'esigenza di garantire l'assetto concorrenziale nel settore e di eliminare limitazioni all'accesso.
Vengono perciò semplificati i procedimenti amministrativi ed eliminati i precedenti criteri di programmazione legati a valutazioni di tipo economico e disapplicate alcune disposizioni nazionali, mantenendo le scelte già vigenti riguardo all'individuazione dei punti vendita non esclusivi che rimangono: tutti gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande e non solo i bar; le medie strutture senza il limite minimo di superficie di vendita di 700 mq; i negozi di libri, senza il limite minimo di superficie di vendita di 120 mq.

I punti vendita non esclusivi, sempre disapplicando la norma nazionale, possono continuare a vendere solo quotidiani, solo periodici o entrambi. Infine i comuni possono individuare zone del proprio territorio nelle quali l'apertura di nuovi punti vendita sia sottoposta al rispetto di criteri e parametri qualitativi da definire in sede di Conferenza unificata.

Commercio su aree pubbliche. Semplificato il procedimento di accertamento dell'obbligo di regolarità contributiva, le imprese non dovranno disporre del D.U.R.C. cartaceo ed esibirlo a richiesta degli organi di controllo, introdotto l'obbligo, per il comune, di utilizzare procedure di evidenza pubblica per individuare i soggetti cui affidare organizzazione e gestione di mercati, fiere o fiere promozionali, ed estesa la disciplina del commercio su aree pubbliche anche ad altre attività, edicole, chioschi e simili, svolte su area pubblica previa concessione comunale.

Somministrazione di alimenti e bevande. Viene disciplinato un fenomeno molto diffuso come la somministrazione temporanea durante sagre, fiere, manifestazioni a carattere religioso, culturale, tradizionale, politico, sindacale, sportivo o eventi locali straordinari. L'attività, che può essere esercitata previa presentazione di una SCIA, non può essere affidata in gestione a soggetti diversi dagli organizzatori ed i proventi devono essere usati esclusivamente per fini statutari.

Ad eccezione delle sagre, non può costituire la ragione esclusiva degli eventi temporanei e ciascuna manifestazione non può avere una durata superiore a dieci giorni consecutivi, limite questo che non riguarda iniziative a carattere politico, sindacale, sportivo, religioso o organizzate da associazioni di promozione sociale, associazioni pro-loco o soggetti scelti dal comune attraverso procedure di evidenza pubblica. Vengono inoltre definite le sagre, intese come manifestazioni finalizzate alla promozione delle tradizioni enogastronomiche regionali e dei prodotti alimentari tipici.

Distribuzione di carburanti. La pdl si adegua alla normativa nazionale di recepimento di quella europea in tema di realizzazione di una infrastruttura per i combustibili alternativi e alla legge annuale per il mercato e la concorrenza. Principali obiettivi: aumento dei punti di rifornimento dei carburanti eco-compatibili, razionalizzazione del sistema di distribuzione dei carburanti, incremento della concorrenzialità del mercato dei carburanti e diffusione al consumatore delle relative informazioni.

Gli impianti di distribuzione sono inoltre obbligati a dotarsi di infrastrutture per la distribuzione di gas naturale e di ricarica elettrica, ad iscriversi nell'anagrafe prevista dalla normativa nazionale e ad essere sottoposti a verifiche di compatibilità con conseguente esclusione dal mercato di quelli inadeguati.

Qualche dato sul commercio in Toscana -fonte: Ministero dello Sviluppo Economico "Rapporto sul sistema distributivo". In Toscana al 31 dicembre 2016 ci sono 222 grandi magazzini per un superficie di vendita complessiva che supera i 256 mila mq e un numero di addetti che sfiora le 4000 unità, sul totale nazionale la Toscana rappresenta il 7,8% del numero di grandi magazzini, il 7,8% dei mq e il 10,6 % degli occupati. I

supermercati sono 560, occupano una superficie di vendita di oltre 567 mila mq e impiegano oltre 15 mila persone, 5,3% del totale nazionale, 5,8% dei mq e 8% degli occupati. Venendo ai minimercati: sono 33, hanno una superficie totale di quasi 60 mila mq e occupano 1434 addetti, a livello nazionale 3,5% del numero totale, 3,6% mq, 3,9% occupati.

Infine, gli ipermercati: sono 32, superano i 150 mila mq di superficie di vendita e occupa no 4280 persone, a livello nazionale 4,7% del numero complessivo, 3,8% mq, 5,2% occupati. Sempre secondo i dati ministeriali, ma riferiti al 31 dicembre 2017, gli esercizi commerciali in sede fissa sono 47.547, sul totale Italia di 742.881, le attività secondarie, svolte nell'ambito dei diversi settori economici di attività prevalente, sono 17.617, totale Italia 233.151, mentre le postazioni del commercio ambulante sono 13764, totale Italia 190.797. I grossisti sono invece 16.407, Italia 256.894.

