



*Ministero delle
Attività Produttive*



RAPPORTO SULLA **RIFORMA DEL COMMERCIO**

NEI COMUNI METROPOLITANI

L'indagine è stata promossa dal Ministero delle Attività Produttive e dall'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI), con la collaborazione dell'Istituto per la Promozione Industriale (IPI).

Il gruppo di ricerca è stato presieduto da Daniela Paradisi (Direzione Generale per il Commercio, le Assicurazioni e i Servizi del Ministero delle Attività Produttive) e vi hanno partecipato Stefano Campioni (ANCI), Lorenzo Lo Cascio (IPI) e Stefania Gliubich (IPI), che ha coordinato le attività progettuali. Hanno contribuito alla realizzazione del Rapporto Catia Guerrera e Maria Micaela Spina dell'IPI.

Le schede di analisi della situazione normativa e regolamentare dei singoli comuni sono state realizzate con la collaborazione dei rappresentanti dei comuni metropolitani, che hanno redatto anche le note di commento allegate alle schede.

In particolare si ringraziano:

Giulietta Gagliardi
e Luisa Passoni
del Comune di Torino,
Luigi Draisci
e Nunzio Dragonetti
del Comune di Milano,
Sandro Giuffrida
del Comune di Venezia,
Edgardo Bussani
del Comune di Trieste,
Ornella Risso
e Anna Maria Ponzanelli
del Comune di Genova,
Roberto Donati
del Comune di Bologna,
Marco Seniga
e Sabrina Baccei
del Comune di Firenze,
Adriano Autizi
e Francesca Romana Nicastro
del Comune di Roma,
Raffaele Tecce
e Ida Alessio Verni
del Comune di Napoli,
Giovanni Vitone
del Comune di Bari,
Gabriele Marchese
del Comune di Palermo,
Diane Litrico
del Comune di Messina.

Un ringraziamento all'Osservatorio Nazionale del Commercio e a Maria Teresa Pucciano del Ministero delle Attività produttive per i dati forniti.

Il presente Rapporto è scaricabile dal sito www.ipi.it

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE ELETTRONICA
Grafema Srl, Roma - Tel. 068551814 - grafema@tin.it

STAMPA
Litografia Ranieri S. & C snc, Roma

FINITO DI STAMPARE NEL MESE DI LUGLIO 2002

Sommario

Presentazione 5

di **Antonio Marzano**

Ministro delle Attività Produttive

Premessa 7

di **Oswaldo Napoli**

*Vice Presidente dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani
con delega alle Attività Produttive*

Premessa 9

di **Piero Antonio Cinti**

*Presidente dell'Osservatorio Nazionale del Commercio
Direttore Generale della Direzione per il Commercio, le Assicurazioni
ed i Servizi del Ministero delle Attività Produttive*

Capitolo 1

L'analisi economica 11

Gli effetti della riforma sulla rete di vendita e sull'occupazione

1.1 L'evoluzione nazionale 13

1.2 Il ruolo delle aree metropolitane. 14

1.3 La rete di vendita nei comuni metropolitani. 18

1.4 Una lettura di sintesi 21

Capitolo 2

L'analisi giuridico-amministrativa 23

Lo stato di attuazione della riforma

2.1 Il Decreto Legislativo 114/1998 e il decentramento alle regioni 25

2.2 Il ruolo assegnato ai comuni. 26

2.3 L'attuazione della riforma nei comuni metropolitani: brevi osservazioni ... 27

Capitolo 3

L'analisi regolamentare 31

Le esperienze dei quattordici comuni metropolitani

Torino

La situazione normativa e regolamentare 33

La rete di vendita 49

Il commento dell'Amministrazione comunale 52

Milano

La situazione normativa e regolamentare 55

La rete di vendita 69

Venezia	
La situazione normativa e regolamentare	73
La rete di vendita	84
Trieste	
La situazione normativa e regolamentare	87
La rete di vendita	94
Genova	
La situazione normativa e regolamentare	95
La rete di vendita	110
Bologna	
La situazione normativa e regolamentare	113
La rete di vendita	129
Il commento dell'Amministrazione comunale	132
Firenze	
La situazione normativa e regolamentare	135
La rete di vendita	147
Roma	
La situazione normativa e regolamentare	151
La rete di vendita	163
Il commento dell'Amministrazione comunale	166
Napoli	
La situazione normativa e regolamentare	169
La rete di vendita	176
Il commento dell'Amministrazione comunale	179
Bari	
La situazione normativa e regolamentare	185
La rete di vendita	192
Palermo	
La situazione normativa e regolamentare	193
La rete di vendita	207
Il commento dell'Amministrazione comunale	208
Messina	
La situazione normativa e regolamentare	211
La rete di vendita	225
Catania	
La rete di vendita	227
Cagliari	
La situazione normativa e regolamentare	229
La rete di vendita	233

Presentazione

di **Antonio Marzano** ^(*)

A quattro anni dall'emanazione del decreto legislativo 114, le Regioni hanno completato il processo di attuazione normativa della Riforma del commercio e il quadro complessivo delle scelte operate dalle Amministrazioni regionali appare sostanzialmente chiaro e definito.

La Riforma non si esaurisce però con l'approvazione delle norme di competenza regionale. Alla luce degli adempimenti previsti dal decreto 114 e dalle leggi regionali, un ruolo centrale nell'attuazione della nuova disciplina viene conferito ai Comuni. A loro è infatti demandata la definizione di scelte e strumenti operativi, da cui dipende - di fatto - la piena efficacia della Riforma.

Queste considerazioni hanno indotto il Ministero delle Attività Produttive e l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani a promuovere, in collaborazione con l'Istituto per la Promozione Industriale, un'indagine sullo stato di attuazione della Riforma nei 14 Comuni capoluogo delle Aree metropolitane.

Questo Rapporto raccoglie e presenta i risultati di un lavoro che ha visto la partecipazione attiva e diretta dei comuni metropolitani. Il loro coinvolgimento nelle attività di ricognizione e analisi della normativa ha consentito di prendere in esame l'insieme dei provvedimenti adottati dagli enti locali e di analizzare le diverse scelte operate dai Comuni, le difficoltà incontrate, le soluzioni individuate. La loro partecipazione stabile e continuativa al gruppo di lavoro e di coordinamento del monitoraggio ha offerto una sede di confronto tra il Ministero e i rappresentanti degli Enti Locali e ha favorito il trasferimento di esperienze amministrative e organizzative. Il principale risultato di queste attività è dunque da ricercare proprio nel percorso seguito, nel metodo utilizzato: il Rapporto finale intende testimoniare l'attività svolta e offrire al lettore degli strumenti per interpretare i mutamenti che a livello locale investono il settore commercio.

L'indagine ha perseguito alcuni obiettivi: - misurare, da un punto di vista economico, gli effetti prodotti dalla Riforma a livello territoriale sulla rete di vendita e sull'occupazione; - monitorare lo stato di attuazione della Riforma del Commercio a livello locale, attraverso un'analisi delle procedure e degli adempimenti amministrativi adottati dai 14 Comuni metropolitani in applicazione degli articoli 6 e 10 del decreto 114/98 e in materia di orari; - offrire agli interlocutori istituzionali del settore una chiave di lettura per isolare gli elementi di criticità derivanti dalla prima fase di applicazione del Decreto 114/98 e per individuare eventuali correttivi da apportare alla disciplina del commercio, con l'obiettivo di definire nuove misure a favore della semplificazione e della promozione delle attività commerciali.

La Riforma del commercio ha introdotto certamente significativi elementi di novità. Ma molto c'è ancora da fare. La fase attuativa della Riforma, demandata alle Regioni, può dirsi completata. Il quadro che ne viene fuori presenta luci ed ombre. Anzitutto si può affermare con certezza che solo in parte è stata intrapresa la strada della progressiva liberalizzazione del settore commerciale al dettaglio. Quasi tutti i provvedimenti regionali, infatti, sono permeati da una logica di programmazione quantitativa delle aperture delle medie e grandi strutture di vendita. Lo

(*) Ministro delle Attività Produttive

stato di attuazione della Riforma del commercio è tale che attualmente in molte Regioni gli ingressi di nuove imprese sono possibili solo attraverso acquisizioni di operatori già esistenti.

Si tratta di un sistema normativo che favorisce, nel settore della moderna distribuzione, gli operatori in attività generando incentivi all'acquisizione di esercizi commerciali di piccole dimensioni in uscita dal mercato.

Nei diversi contesti regionali, è ancora quasi tutto da scrivere, invece, il capitolo della fase di attuazione della riforma a livello comunale. I Comuni si trovano ad affrontare sul piano operativo le problematiche relative all'adeguamento degli strumenti urbanistici e allo sviluppo delle medie strutture di vendita, nonché alla qualificazione e valorizzazione della rete commerciale nei centri storici.

A riguardo appare confermata l'indubbia positività della scelta di liberalizzazione per i piccoli esercizi commerciali (cosiddetti "esercizi di vicinato"). Con la previsione di una mera comunicazione per l'apertura degli esercizi di vicinato, la riforma ha inteso dare più libertà agli operatori di piccole dimensioni, mettendoli in grado di crescere ed operare con logiche più spiccatamente imprenditoriali. I dati disponibili ci dicono comunque che il mercato relativo agli esercizi di vicinato è diventato molto più fluido e dinamico.

In termini di policy, la missione del Ministero delle attività produttive in materia di commercio è diretta all'ammodernamento del sistema della distribuzione commerciale, affinché venga tutelata tanto la grande distribuzione quanto quella media e piccola. Gli interventi riguardano l'agevolazione per lo sviluppo di nuove forme di vendita, il sostegno alla cooperazione tra imprese e il mantenimento di una rete di negozi diversificata e specializzata.

Questi obiettivi si inseriscono nel quadro dell'azione complessiva del Governo che punta al recupero della competitività del sistema Italia attraverso la semplificazione e l'alleggerimento dell'apparato burocratico, la trasparenza della pubblica amministrazione e degli iter delle pratiche, la realizzazione delle condizioni per una sana competizione di mercato. ●

Premessa

di **Oswaldo Napoli** (*)

La riforma del commercio ha rappresentato non solo un miglioramento del sistema di programmazione della rete distributiva, ma anche un nuovo modo di concepire l'urbanistica come filosofia dell'organizzazione delle attività degli enti: "la chiave per equilibrare gli usi conflittuali che avvengono sul suolo, nell'acqua e nell'aria in una prospettiva spaziale, funzionale e dinamica".

A Napoli, nel gennaio del 1999, lanciammo come ANCI l'idea del governo attivo del territorio, affermando, allora, che la partita della riforma del commercio si giocava nelle nostre città attraverso uno sviluppo qualitativo della rete commerciale, la salvaguardia delle caratteristiche "morfologiche" degli esercizi ubicati, la tutela delle attività commerciali ed artigianali che svolgono un "servizio di vicinato", necessario per certe fasce della popolazione, ed il rispetto dei vincoli relativi al patrimonio artistico ed ambientale.

Abbiamo lavorato per realizzare, quindi, una conservazione ragionata e condivisa delle risorse storiche e dei beni monumentali, evitando quel processo di espulsione, purtroppo già in atto in molte realtà locali, accompagnato dal fenomeno di "desertificazione" della rete commerciale nei comuni di minore dimensione demografica. La nuova parola d'ordine è stata quella di riassegnare ai centri storici la loro antica funzione di fulcro cittadino della vita commerciale, culturale e sociale.

Le nostre amministrazioni sono di fronte ad un processo lungo e impegnativo, tutt'ora in corso, che sta investendo non solo le scelte politiche e strategiche, ma anche gli assetti organizzativi e amministrativi degli enti (come nel caso dello sportello unico per le attività produttive), per non parlare degli effetti che tali scelte hanno avuto sul tessuto urbano e sulla mobilità di quella particolare comunità.

Scopo delle politiche urbane, infatti, è quello fondamentale di affermare la centralità dell'amministrazione quale strumento di governo del territorio con lo scopo di innescare e sostenere processi di sviluppo economico e sociale (investimenti, occupazione, creazione di opportunità, eccetera) che contribuiscano a migliorare la qualità dell'ambiente urbano e la sua attrattività.

È opportuno, poi, sottolineare come nella riforma - anche alla luce della recente modifica del Titolo V della Costituzione - siano stati assegnati ai Comuni ruoli e funzioni di indiscutibile centralità in materia di commercio.

I dati che oggi emergono dal questo Rapporto ci confortano sugli indirizzi che scegliemmo allora di dare ai nostri associati e presentano un quadro molto interessante che apre prospettive nuove nel settore della distribuzione commerciale italiana, con un ruolo sempre più marcato delle città e delle potenzialità espresse e realizzate in ciascuna realtà territoriale. ●

(*) Vice Presidente dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani con delega alle Attività Produttive

Premessa

di **Piero Antonio Cinti** ^(*)

L' Osservatorio nazionale sul commercio, previsto dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, è un organismo in grado di svolgere efficacemente la funzione di garantire il confronto e l'approfondimento delle dinamiche del settore. Al medesimo, quindi, è affidato ruolo primario di monitorare l'entità e la efficienza della rete di vendita, al fine di verificare l'effettiva capacità della disciplina di favorire una maggiore liberalizzazione del settore, una programmazione gestita dagli enti territoriali, il pluralismo delle diverse tipologie distributive e il riconoscimento al servizio commerciale di caratteristiche peculiari in relazione ai diversi ambiti di insediamento territoriale. I lavori dell'Osservatorio sono organizzati sul presupposto della necessità, condivisa da tutti i soggetti pubblici e privati che ne sono parte, di seguire alcune linee di intervento in grado di perseguire sia la finalità espressamente prevista dal decreto legislativo sia quelle, dalla medesima imprescindibili, di attuare strumenti conoscitivi al fine di orientare e motivare le scelte di politica inerenti il settore commerciale.

Quanto sopra nella convinzione che, data l'ampiezza dei fenomeni da sottoporre ad analisi, sia necessario individuare due diversi ambiti di osservazione: l'uno a carattere prettamente quantitativo, che consenta di conoscere l'evoluzione della rete distributiva in termini di ampiezza, composizione e caratteristiche; l'altro, a carattere qualitativo che consenta di verificare l'attuazione normativa della riforma e le relative direttrici, con riferimento, in particolare, agli aspetti di programmazione della rete distributiva, di realizzazione delle modalità dell'offerta e di promozione di forme innovative di incentivazione all'ammodernamento del settore.

A quattro anni dall'emanazione delle disposizioni, il processo di normazione per il commercio sulle aree private, delineato dal decreto legislativo n. 114, e affidato alla legislazione regionale, seppur con qualche ritardo, è andato delineandosi. In tale contesto le Amministrazioni comunali sono chiamate ad esercitare le competenze loro attribuite in un quadro che in taluni casi risulta foriero di opportunità. Nel rispetto degli indirizzi e dei criteri indicati, infatti, l'intervento normativo locale consente di approntare una organica disciplina comunale delle attività commerciali. A livello comunale è quindi possibile intervenire con propri atti di programmazione, che tengano conto delle specifiche esigenze locali, e definire gli interventi, le attività e gli strumenti amministrativi più consoni per il perseguimento degli obiettivi indicati.

Alla verifica dell'attuazione delle potenzialità offerte dal nuovo quadro normativo è finalizzato il presente lavoro, del quale i componenti dell'Osservatorio nazionale hanno condiviso obiettivi, ambito di indagine e progetto operativo, che si sostanzia nell'analisi e nell'approfondimento di una serie di scelte operate dai Comuni metropolitani, deputate ad assumere valenza fortemente significativa e possibile riferimento sul territorio nazionale. L'analisi di dettaglio delle singole scelte locali, infatti, oltre che illustrare efficacemente alcune realtà, rivelandosi di particolare utilità per l'Osservatorio nazionale chiamato a svolgere il ruolo di monitorare efficacia ed efficienza della disciplina, risulta in grado di rappresentare un quadro di riferimento per gli altri enti locali che dall'approfondimento e dal confronto di esperienze non possono che trarre spunti di opportunità. ●

(*) Presidente dell'Osservatorio Nazionale del Commercio, Direttore Generale della Direzione per il Commercio, le Assicurazioni ed i Servizi del Ministero delle Attività Produttive

L'ANALISI ECONOMICA

Gli effetti della riforma sulla rete
di vendita e sull'occupazione

capitolo

1

A quattro anni dall'approvazione del decreto legislativo n. 114/98, il settore distributivo italiano si presenta significativamente mutato negli assetti strutturali e soprattutto nella direzione evolutiva che ha assunto.

Appare oramai incontestabile come il mutato quadro normativo abbia contribuito ad arrestare l'emorragia imprenditoriale che aveva contraddistinto il settore nella prima metà degli anni novanta, proponendosi nuovamente quale opportunità di business per un numero crescente di vecchi e nuovi imprenditori.

In particolare, la **Tabella 1** riassume l'evoluzione della rete di vendita italiana negli ultimi tre anni.

È facile notare come nel 2000 siano notevolmente cresciute le nuove aperture e contemporaneamente si sia ridotto il numero delle cancellazioni.

Questa situazione ha fatto passare il saldo delle imprese commerciali dalle 528 unità del 1999 alle oltre 12 mila del 2000.

In sostanza, nel 2000, in corrispondenza dell'entrata in vigore della liberalizzazione delle piccole superfici commerciali, il settore ha fatto segnare una significativa accelerazione della dinamica evolutiva, mettendo a segno una crescita sostenuta sia delle nuove aperture che della consistenza complessiva della rete.

Il dato del 2001 conferma peraltro come tale nuova dinamicità del settore non costituisca un mero fenomeno congiunturale ma possa rappresentare l'avvio di una inedita fase espansiva.

I dati sull'occupazione settoriale permettono di qualificare meglio tale interpretazione.

La **Tabella 2** (alla pagina seguente), infatti, riassume l'andamento del numero di occupati del settore commercio nel corso degli ultimi quattro anni¹.

Tabella 1
Commercio al dettaglio in sede fissa
(sedi e unità locali, totale Italia)

	1999	2000	2001
<i>Valori Assoluti*</i>			
Consistenze	845.458	858.027	866.474
<i>Variazioni Assolute</i>			
Iscritti	54.362	65.351	60.091
Cancellati	53.834	52.782	51.644
SalDI	528	12.569	8.447
<i>Valori Percentuali* (%)</i>			
Iscritti	6,4%	7,7%	7,0%
Cancellati	6,4%	6,2%	6,0%
SalDI	0,1%	1,5%	1,0%

(*) Dati al 31/12 di ogni anno. In particolare il dato 2000 è riferito alle consistenze degli esercizi commerciali censite dall'Osservatorio sul Commercio. Il 1999 e il 2001 sono stati ottenuti aggiungendo o sottraendo a tale valore il saldo rilevato.

(*) In percentuale delle consistenze.

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio

(1) Si fa riferimento in questo caso alla Rilevazione Trimestrale realizzata dall'ISTAT sulle Forze Lavoro. Questa indagine, a carattere campionario, prende in considerazione l'occupazione del commercio nel suo complesso e, quindi, fa riferimento ad un aggregato economico più ampio rispetto a quello relativo al commercio al dettaglio. Con tale cautela, tali dati possono comunque rappresentare un'utile indicazione per cogliere l'evoluzione occupazionale del settore

Il commercio italiano conta infatti circa il 16% del totale degli occupati italiani, un quarto degli addetti dell'intero terziario ed ha rappresentato negli anni più recenti uno dei settori da questo punto di vista più vivaci.

L'occupazione del settore ha messo a segno negli ultimi tre anni un incremento di 160 mila nuovi posti di lavoro, pari ad un incremento percentuale di quasi il 5%. Dato questo di particolare interesse per un settore come quello commerciale, che sino a pochi anni fa si riteneva fosse avviato verso un lento declino.

La disaggregazione del dato complessivo tra addetti indipendenti e occupati alle dipendenze permette di comprendere meglio le dinamiche interne al settore.

Negli ultimi tre anni si sono sommate infatti due dinamiche di segno opposto.

Da un lato, la nuova vivacità imprenditoriale indotta dalla liberalizzazione delle piccole superfici ha permesso di arrestare l'emorragia occupazionale degli addetti indipendenti che aveva caratterizzato il settore nel decennio precedente.

Allo stesso tempo, il periodo di moratoria imposto nella prima fase di applicazione della Riforma e le difficoltà di applicazione a livello territoriale hanno contribuito a limitare la spinta propulsiva delle imprese della grande distribuzione, rallentando il ritmo di crescita degli occupati alle dipendenze.

È vero, però, a questo proposito, che le prime indicazioni riferite al primo trimestre del 2002 sembrano indicare la ripresa di un più elevato tasso di crescita dell'occupazione dipendente.

Sembra in sostanza di poter affermare che la maggiore poliedricità del settore, la contemporanea presenza di differenti tipologie di punti vendita, di modelli di impresa, di aggregazioni imprenditoriali abbia permesso pur nell'ambito di differenti dinamiche di generare complessivamente un ciclo espansivo del settore. E se ancora oggi i posti di lavoro alle dipendenze sembrano rappresentare la parte più dinamica della nuova occupazione, allo stesso tempo il settore sembra in grado di offrire nuove chance occupazionali anche per lavoratori indipendenti.

1.2

Il ruolo delle aree metropolitane

Tabella 2
Occupati del Commercio (totale Italia) (dati in migliaia)

	1998	1999	2000	2001
<i>Valori Assoluti (.000)</i>				
Totale Occupati	3.266	3.308	3.377	3.416
di cui dipendenti	1.393	1.498	1.593	1.635
di cui indipendenti	1.873	1.810	1.784	1.781
<i>Variazioni Assolute (.000)</i>				
Occupati Totali	-	42	69	39
di cui dipendenti	-	104	95	43
di cui indipendenti	-	-63	-26	-4
<i>Variazioni Percentuali (%)</i>				
Occupati Totali	-	1,3%	2,1%	1,2%
di cui dipendenti	-	7,5%	6,4%	2,7%
di cui indipendenti	-	-3,3%	-1,4%	-0,2%

Fonte Elaborazioni IPI su dati Istat
I totali possono differire dalla somma algebrica dei singoli valori. Tale situazione è da ricondursi agli arrotondamenti effettuati dall'Istat al momento della pubblicazione dei dati

L'analisi aggregata del settore a livello nazionale, com'è stato più volte sottolineato, se da un lato permette di cogliere i trend di lungo periodo, dall'altro aggrega i risultati di situazioni territoriali spesso dissimili e caratterizzate da elementi di contesto (competitivo, normativo, di mercato) anche molto differenti.

Per comprendere al meglio il reciproco interagire di tali elementi è oltremodo opportuno, quindi, avvicinare l'analisi a contesti territoriali infra-regionali dove l'interazione di tali elementi appare più evidente e comprensibile.

Proprio in ragione di tale convincimento il presente lavoro d'indagine ha scelto di approfondire l'analisi sulle 14 aree metropolitane del nostro Paese.

Questo aggregato consente infatti di verificare al meglio – sia sul fronte della domanda che su quello dell'offerta – i differenti effetti dell'applicazione della Riforma nelle diverse aree del Paese, indagando tali differenze sia da un punto di vista

Tabella 3
Popolazione residente nelle aree metropolitane (1° gennaio 2001)

	Comune	Provincia
Torino	900.987	2.214.934
Milano	1.301.551	3.773.893
Venezia	275.368	815.244
Trieste	215.096	246.464
Genova	632.366	903.353
Bologna	379.964	921.907
Firenze	374.501	956.509
Roma	2.655.970	3.849.487
Napoli	1.000.470	3.099.888
Bari	332.143	1.580.498
Palermo	679.290	1.233.768
Messina	257.302	674.082
Catania	336.222	1.101.936
Cagliari	162.993	764.253
Totale	9.504.223	22.136.216
% sul totale Italia	16,4%	38,3%

Fonte Elaborazioni IPI su dati Istat

Tabella 4

Commercio al dettaglio in sede fissa (sedi e unità locali, dati regionali e provinciali)

	1999			2000			2001		
	Iscritte	Canc.te	Saldi	Iscritte	Canc.te	Saldi	Iscritte	Canc.te	Saldi
PIEMONTE	4.579	4.664	-85	5.158	4.398	760	4.666	4.240	426
Torino	2.388	2.622	-234	2.690	2.330	360	2.495	2.388	107
LOMBARDIA	6.574	7.473	-899	6.614	7.048	-434	5.830	6.608	-778
Milano	2.446	2.827	-381	2.202	2.659	-457	1.920	2.515	-595
VENETO	4.089	4.416	-327	4.411	4.138	273	3.796	3.647	149
Venezia	1.038	1.112	-74	1.133	997	136	837	883	-46
FRIULI-VENEZIA GIULIA	1.238	1.378	-140	1.299	1.440	-141	1.034	1.074	-40
Trieste	357	416	-59	376	408	-32	278	290	-12
LIGURIA	2.303	2.310	-7	2.573	2.116	457	2.100	1.849	251
Genova	1.307	1.216	91	1.340	1.124	216	1.023	921	102
EMILIA ROMAGNA	4.028	4.269	-241	4.397	4.345	52	3.868	3.973	-105
Bologna	869	940	-71	974	936	38	822	871	-49
TOSCANA	4.283	4.010	273	4.867	3.964	903	4.061	3.824	237
Firenze	1.006	822	184	1.196	743	453	1.089	1.089	0
LAZIO	3.887	4.150	-263	5.558	4.120	1.438	5.216	4.881	335
Roma	2.493	2.749	-256	3.500	2.670	830	3.441	3.434	7
CAMPANIA	7.138	4.659	2.479	9.427	5.084	4.343	8.244	5.675	2.569
Napoli	4.249	2.263	1.986	5.419	2.606	2.813	4.486	3.207	1.279
PUGLIA	3.581	3.501	80	4.662	3.398	1.264	5.011	3.419	1.592
Bari	1.343	1.293	50	1.697	1.306	391	1.896	1.318	578
SICILIA	3.449	3.991	-542	4.913	3.751	1.162	5.077	3.834	1.243
Palermo	773	711	62	1.349	691	658	1.234	792	442
Messina	450	499	-49	541	562	-21	527	434	93
Catania	689	1.013	-324	1.186	723	463	1.140	740	400
SARDEGNA	1.853	1.770	83	2.375	1.878	497	2.340	1.778	562
Cagliari	852	825	27	1.109	948	161	987	797	190
ITALIA	54.362	53.834	528	65.351	52.782	12.569	60.091	51.644	8.447

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio

economico che, come vedremo più avanti, da un punto di vista normativo e di policy.

Da un punto di vista demografico, la **Tabella 3** mostra che l'aggregato dei comuni capoluogo delle 14 aree metropolitane rappresenta oltre il 16% della popolazione italiana e il 38% del totale provinciale.

Nella **Tabella 4**, con riferimento ai dati di evoluzione della rete di vendita, è possibile comparare il dato medio italiano con quello delle regioni e delle province in cui si situano i differenti Comuni Metropolitani individuati.

L'osservazione dei dati conferma ancora una volta come esista una profonda disparità tra il segno e l'entità delle variazioni non solo tra regioni diverse ma anche tra andamenti regionali e specifiche situazioni provinciali. L'unico fenomeno comune a tutte le realtà territoriali indagate è la forte discontinuità tra il 1999 e gli anni successivi che caratterizza anche l'aggregato nazionale.

Infatti, focalizzando l'attenzione sugli ultimi due anni che, come abbiamo sottolineato precedentemente, rappresentano la fase di maggiore dinamicità del settore, è possibile verificare (**Tabella 5**) il ruolo che le province metropolitane hanno esercitato sul dato nazionale.

Appare innanzitutto opportuno sottolineare che l'aggregato delle 14 province esprime da solo oltre il 40% dell'incremento complessivo della rete di vendita nazionale degli ultimi due anni.

È pur vero, peraltro, che tale valore complessivo è la sommatoria di realtà locali molto differenziate. Basti dire a questo proposito che quasi il 20% dell'incremento del numero degli esercizi è realiz-

Tabella 5

Commercio al dettaglio in sede fissa (sedi e unità locali, dati regionali e provinciali)

	2000 e 2001			
	Iscritti	Cancellati	Saldi	%
Torino	5.185	4.718	467	2,2%
Milano	4.122	5.174	-1.052	-5,0%
Venezia	1.970	1.880	90	0,4%
Trieste	654	698	-44	-0,2%
Genova	2.363	2.045	318	1,5%
Bologna	1.796	1.807	-11	-0,1%
Firenze	2.285	1.832	453	2,2%
Roma	6.941	6.104	837	4,0%
Napoli	9.905	5.813	4.092	19,5%
Bari	3.593	2.624	969	4,6%
Palermo	2.583	1.483	1.100	5,2%
Messina	1.068	996	72	0,3%
Catania	2.326	1.463	863	4,1%
Cagliari	2.096	1.745	351	1,7%
Totale Province Metropolitane	46.887	38.382	8.505	40,5%
ITALIA	125.442	104.433	21.009	100,0%

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio

Tabella 2 6

Occupati del Commercio (dati regionali e provinciali, in migliaia)

	1999		2000		2001	
	Totale occupati	Occupati alle dipendenze	Totale occupati	Occupati alle dipendenze	Totale occupati	Occupati alle dipendenze
PIEMONTE	259	119	261	124	275	134
Torino	131	65	132	66	140	71
LOMBARDIA	592	318	612	339	604	339
Milano	266	153	270	155	267	160
VENETO	280	138	292	150	284	141
Venezia	55	25	58	29	57	29
FRIULI-VENEZIA GIULIA	81	40	79	39	80	44
Trieste	19	10	18	10	20	11
LIGURIA	110	51	112	52	119	52
Genova	60	31	60	30	61	27
EMILIA-ROMAGNA	279	131	285	138	280	143
Bologna	62	33	59	29	58	32
TOSCANA	253	114	239	118	243	120
Firenze	66	32	64	36	66	37
LAZIO	322	137	317	144	307	149
Roma	233	103	231	110	219	110
CAMPANIA	239	87	253	93	260	90
Napoli	124	46	131	51	134	48
PUGLIA	186	69	197	75	208	83
Bari	82	35	82	37	85	41
SICILIA	224	92	233	94	244	103
Palermo	51	21	52	23	54	23
Messina	31	12	35	12	34	15
Catania	47	23	52	22	60	26
SARDEGNA	87	38	85	40	85	43
Cagliari	37	18	38	18	37	20
ITALIA	3.308	1.498	3.377	1.593	3.416	1.635

Fonte Elaborazioni IPI su dati Istat

16

zato nella sola provincia di Napoli e che il valore riferito alle province delle quattro più grandi città del Mezzogiorno (Napoli, Bari, Catania e Palermo) rappresenta circa un terzo dell'incremento nazionale.

La dimensione della rete di vendita, pur rappresentando un indicatore importante dell'evoluzione settoriale, non permette di avere indicazioni a proposito dei modelli di impresa che gestiscono tali punti vendita e in particolare di quali impatti occupazionali essi esercitino nelle singole aree.

A questo proposito, la **Tabella 6** evidenzia la dimensione occupazionale del settore per le regioni e le province in cui si situano le 14 aree metropolitane prese in considerazione.

La **Tabella 7** permette invece di verificare le variazioni della base occupazionale per ciascuna area territoriale individuata.

Anche in questo caso, come già verificato per la rete di vendita, sono rilevabili profonde differenze sia tra regioni diverse, sia in territori appartenenti alla stessa regione.

È possibile tuttavia individuare alcuni paradigmi interpretativi generali.

Esiste anche qui un generale miglioramento

dell'occupazione avviato nel 2000 in corrispondenza dell'avvio della Riforma.

Tale miglioramento è imputabile essenzialmente all'incremento degli occupati indipendenti e si concentra soprattutto in alcune aree del Sud del Paese.

A questo proposito per cogliere al meglio il ruolo giocato dalle aree metropolitane nel panorama nazionale la **Tabella 8** illustra il peso percentuale di ciascuna provincia metropolitana sia in relazione al numero di addetti che dei nuovi posti di lavoro creati negli ultimi due anni.

Anche in questo caso emerge con forza il ruolo svolto dall'aggregato delle 14 province metropolitane che pesano per quasi il 38% del totale degli occupati e per quasi il 40% degli addetti alle dipendenze.

Appare, invece, più contenuto il ruolo giocato dalle aree metropolitane nella crescita dell'occupazione avvenuta negli ultimi due anni. Il saldo aggregato di tali province è pari, infatti, a 108 mila nuovi posti di lavoro, poco meno del 26% del totale nazionale.

Tale valore è ancora una volta la risultante di valori di segno e intensità assolutamente dissimili.

(2)
Si vedano
le avvertenze
espresse
nella nota 1

Tabella* 7

Occupati del Commercio (variazioni percentuali, dati regionali e provinciali)

	var. % '99/'98		var. % '00/'99		var. % '01/'00	
	Totale occupati	Occupati alle dipendenze	Totale occupati	Occupati alle dipendenze	Totale occupati	Occupati alle dipendenze
PIEMONTE	3,1%	8,7%	1,0%	4,6%	5,2%	7,9%
Torino	-0,1%	10,1%	1,2%	1,8%	5,5%	8,0%
LOMBARDIA	4,4%	8,8%	3,4%	6,7%	-1,3%	0,0%
Milano	1,9%	1,9%	1,5%	1,1%	-1,1%	3,3%
VENETO	0,6%	10,2%	4,3%	8,5%	-2,6%	-6,1%
Venezia	8,0%	10,4%	5,8%	17,7%	-2,1%	0,5%
FRIULI-VENEZIA GIULIA	2,3%	6,1%	-2,6%	-1,4%	2,2%	13,0%
Trieste	12,0%	21,2%	-5,3%	-5,3%	9,6%	10,2%
LIGURIA	2,1%	13,2%	1,2%	1,5%	6,1%	0,8%
Genova	3,0%	17,8%	-0,5%	-3,8%	1,3%	-8,6%
EMILIA-R.	2,1%	6,5%	2,0%	5,2%	-1,8%	4,1%
Bologna	-3,0%	4,6%	-4,7%	-10,7%	-0,7%	10,2%
TOSCANA	5,8%	11,3%	-5,4%	3,5%	1,7%	1,4%
Firenze	1,8%	6,9%	-3,5%	11,9%	3,7%	3,3%
LAZIO	4,8%	6,9%	-1,8%	5,4%	-2,9%	3,4%
Roma	5,8%	5,5%	-0,8%	6,6%	-5,4%	-0,1%
CAMPANIA	-5,9%	1,1%	5,7%	7,2%	3,1%	-2,9%
Napoli	-9,7%	-6,0%	5,8%	12,1%	2,0%	-6,5%
PUGLIA	0,1%	9,3%	5,6%	8,3%	5,6%	10,8%
Bari	5,0%	13,5%	-0,7%	5,7%	4,1%	10,4%
SICILIA	-4,5%	0,1%	4,1%	1,7%	4,7%	10,3%
Palermo	-5,8%	-4,6%	3,3%	10,1%	3,4%	2,0%
Messina	-9,4%	-13,3%	14,1%	0,6%	-1,2%	20,6%
Catania	-11,3%	0,3%	12,2%	-2,3%	15,1%	14,1%
SARDEGNA	-2,9%	4,1%	-2,6%	4,6%	0,5%	6,7%
Cagliari	-5,3%	4,9%	0,5%	0,6%	-2,5%	7,9%
ITALIA	1,3%	7,5%	2,1%	6,4%	1,2%	2,7%

Fonte Elaborazioni IPI su dati Istat

In senso positivo si caratterizzano gli incrementi di Torino, Napoli e soprattutto Catania.

All'opposto, è la provincia capitolina quella che evidenzia il dato di maggior regresso occupazionale.

Per qualificare meglio i cambiamenti intervenuti nell'occupazione settoriale delle singole province metropolitane, il **Grafico 1** (alla pagina se-

(3) (4)
Si vedano
le avvertenze
espresse
nella nota 1

guente) confronta le variazioni percentuali del 2001 sul 1999 con riferimento al totale degli occupati e ai soli addetti dipendenti.

È facile notare, innanzitutto, come 11 delle 14 province evidenzino un incremento netto del numero totale degli occupati. Infatti solo Bologna, Roma e Cagliari presentano delle variazioni negative nel biennio. Allo stesso modo solo Bologna e

Tabella* 8

Occupati del Commercio (dati provinciali, in migliaia)

	Totale occupati		di cui dipendenti		Nuovi occupati 2000 e 2001	
		%		%		%
Torino	140	4,1%	71	4,4%	9	8,1%
Milano	267	7,8%	160	9,8%	1	0,9%
Venezia	57	1,7%	29	1,8%	2	1,8%
Trieste	20	0,6%	11	0,6%	1	0,7%
Genova	61	1,8%	27	1,7%	0	0,4%
Bologna	58	1,7%	32	2,0%	-3	-3,1%
Firenze	66	1,9%	37	2,3%	0	0,1%
Roma	219	6,4%	110	6,7%	-14	-13,4%
Napoli	134	3,9%	48	2,9%	10	9,1%
Bari	85	2,5%	41	2,5%	3	2,6%
Palermo	54	1,6%	23	1,4%	3	3,2%
Messina	34	1,0%	15	0,9%	4	3,6%
Catania	60	1,8%	26	1,6%	14	12,6%
Cagliari	37	1,1%	20	1,2%	-1	-0,7%
Totale Province Metropolitane	1.292	37,8%	649	39,7%	28	25,9%
ITALIA	3.416	100,0%	1.635	100,0%	108	100,0%

Fonte Elaborazioni IPI su dati Istat

Genova presentano un valore negativo per quanto riguarda gli addetti dipendenti.

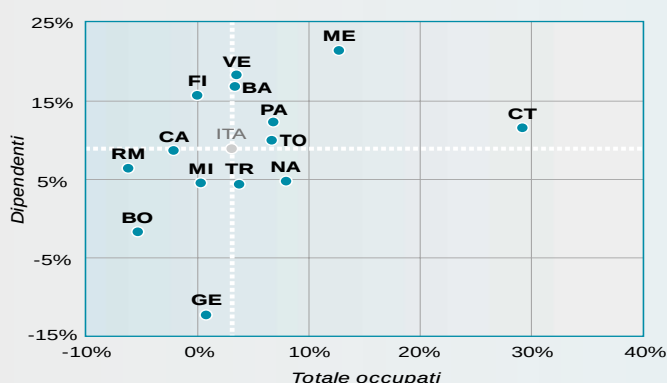
Appaiono, invece, particolarmente dinamiche, sebbene con modalità differenti, le province metropolitane del Meridione d'Italia.

Le città siciliane e la provincia barese presentano valori più alti della media nazionale per entrambi gli indicatori e la stessa provincia di Napoli evidenzia una crescita sostenuta del numero totale degli addetti. Tra le città del Nord solo Torino evidenzia una crescita sostenuta dell'occupazione pari a quasi il 7%.

1.3

La rete di vendita nei Comuni Metropolitani

Grafico 1
Occupati totali e alle dipendenze del settore commercio
(var. % '01-'99, dati provinciali)



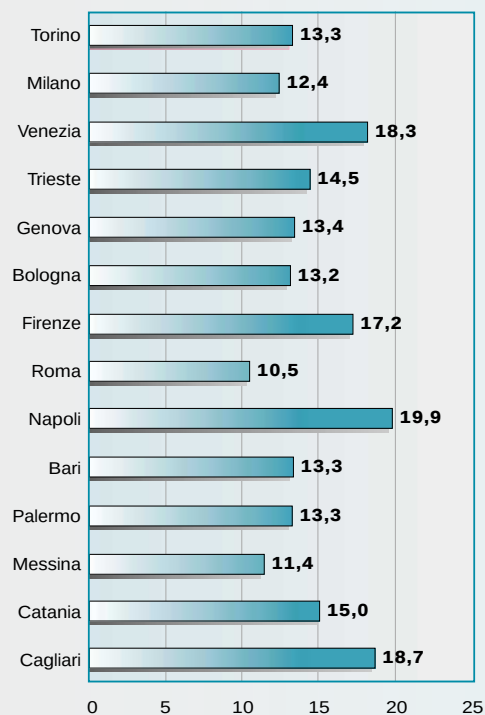
Fonte Elaborazioni IPI su dati Istat

Se i dati aggregati sulla rete di vendita e sull'occupazione permettono di definire il ruolo e le peculiarità delle aree metropolitane in relazione ai trend nazionali, l'analisi dei dati forniti dall'Osservatorio Nazionale del Commercio ha permesso di approfondire il confronto tra le reti di vendita dei singoli Comuni Metropolitani e di approfondirne le reciproche caratteristiche.

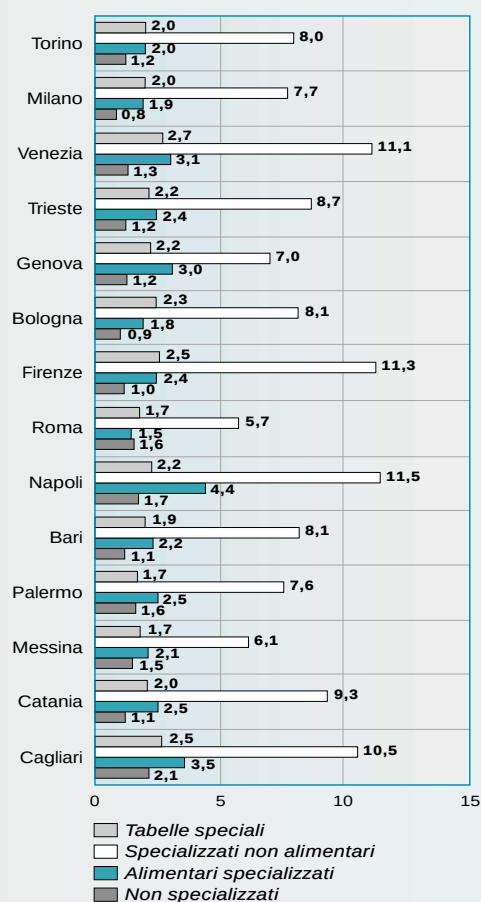
Nel **Grafico 2**, per ciascuno dei Comuni presi in esame, si riporta il numero di esercizi al dettaglio per mille abitanti.

In particolare, il numero di esercizi fa riferimento alle consistenze 2001 messe a disposizione dall'Osservatorio sul Commercio, mentre il numero di abitanti (in questo come nei grafici successivi)

Grafico 2
n° di esercizi per mille abitanti (2001)



Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio e Istat

Grafico 3
n° di esercizi per mille abitanti
suddivisi per merceologie (2001)

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio e Istat

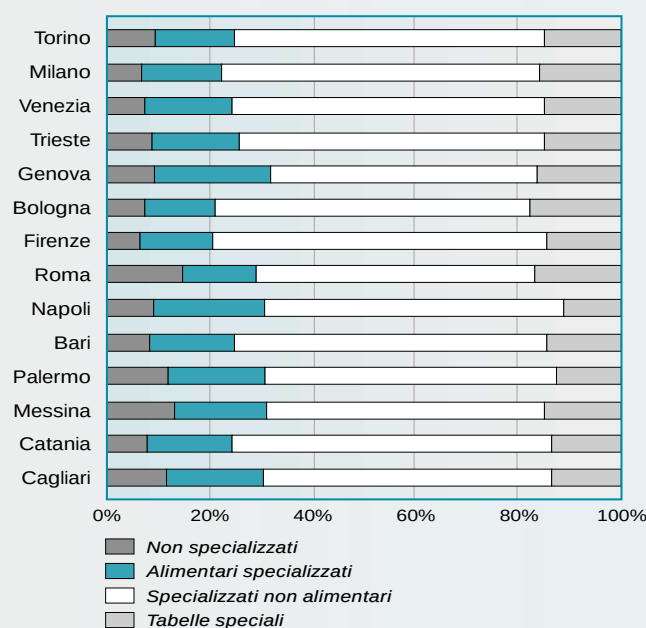
fa riferimento ai dati Istat (Popolazione Residente al 1 gennaio 2000).

È facile osservare come anche a livello comunale si presentino apparati commerciali molto differenti, tale per cui il numero di esercizi per mille abitanti varia dal valore appena superiore a 10 per il comune capitolino a quello pressoché doppio della città di Napoli.

Il **Grafico 3** ripropone il medesimo indicatore del grafico 2, suddividendo il valore totale nelle differenti tipologie merceologiche di esercizi, esplicitando meglio il tenore di tali differenze.

Il **Grafico 4** descrive, invece, la composizione percentuale della rete di vendita dei singoli Comuni presi in considerazione. In particolare, a partire dai dati di consistenza del 2001, fatto pari a 100 il numero totale di punti vendita, il grafico illustra la quota percentuale delle singole tipologie merceologiche.

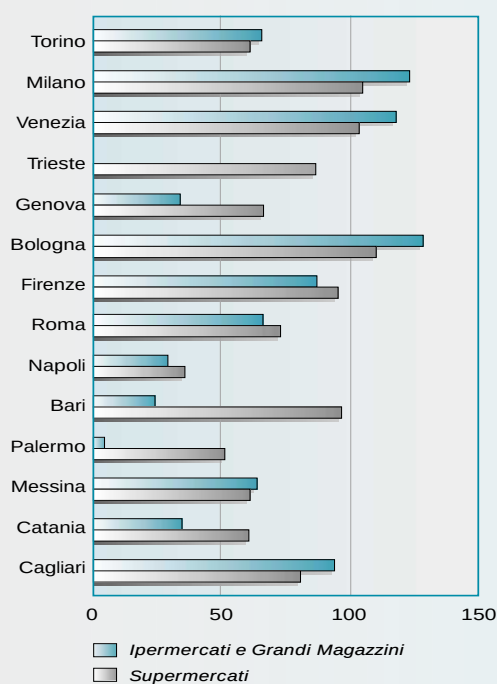
Il **Grafico 5** propone il numero di metri quadri di superficie di vendita per mille abitanti della media (supermercati) e grande (ipermercati e grandi magazzini) distribuzione per ciascuno dei Comu-

Grafico 4
Composizione %
della rete di vendita (2001)

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio

ni presi in considerazione. Si è fatto riferimento in questo caso ai dati dell'ultima rilevazione sulla grande distribuzione effettuata dall'Osservatorio sul Commercio (1 gennaio 2001).

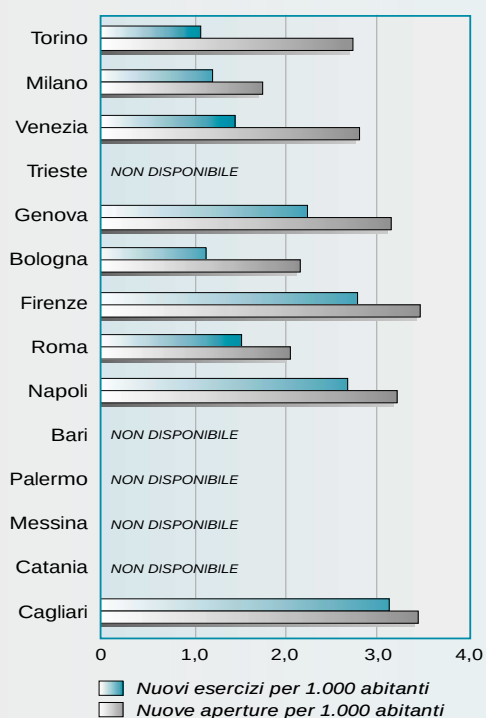
In particolare, per i supermercati sono stati utilizzati i dati comunali, mentre per la grande di-

Grafico 5
Mq di Grande distribuzione
per mille abitanti (2000)

NB I dati di Iper e Grandi Magazzini si riferiscono ai dati provinciali

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio e Istat

Grafico 6
Nuove aperture e nuovi esercizi
per mille abitanti (2000 e 2001)



NB Il dato dei subingressi di Torino è stato stimato. I dati di Trieste, Bari, Palermo, Messina e Catania non sono stati ritenuti sufficientemente affidabili a causa di alcuni problemi di caricamento dei modelli COM

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio e Istat

siribuzione (ipermercati e grandi magazzini), in assenza del dato comunale, è stata utilizzata la media provinciale.

Il **Grafico 6** misura il numero di nuove aperture e di nuovi esercizi ogni mille abitanti per ciascun Comune preso in considerazione, nel periodo gennaio 2000 - settembre 2001.

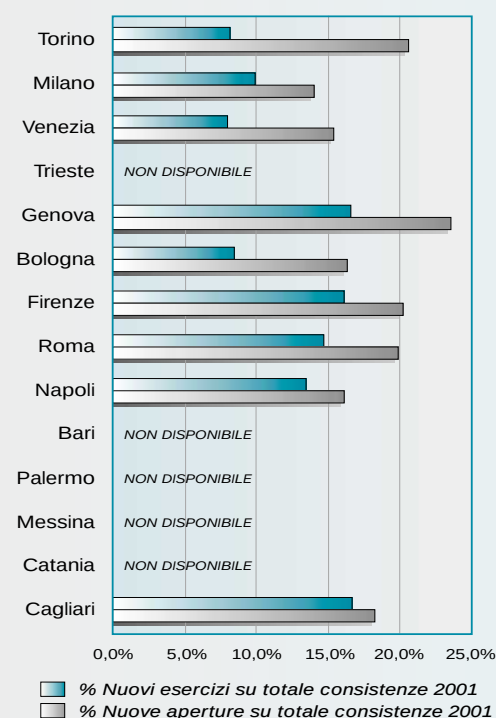
In particolare, le nuove aperture sono quelle censite dall'Osservatorio mediate il caricamento dei modelli COM, mentre i nuovi esercizi (anch'essi censiti attraverso i modelli COM) si riferiscono a quelle nuove aperture che corrispondono effettivamente a nuovi punti vendita (e quindi al netto di subingressi e concentrazioni).

È bene sottolineare che il caricamento dei dati ha presentato alcune difficoltà soprattutto nell'anno 2000. I dati presentati vanno quindi considerati con qualche cautela.

Il **Grafico 7** misura lo stesso valore di nuove aperture e nuovi esercizi non più in ragione del numero di abitanti bensì in percentuale del dato di consistenza della rete di vendita al 2001.

Il **Grafico 8** misura il numero di metri quadri di nuove aperture e nuovi esercizi (così come precedentemente definiti) della sola grande e media distribuzione in ragione del numero di abitanti. ●

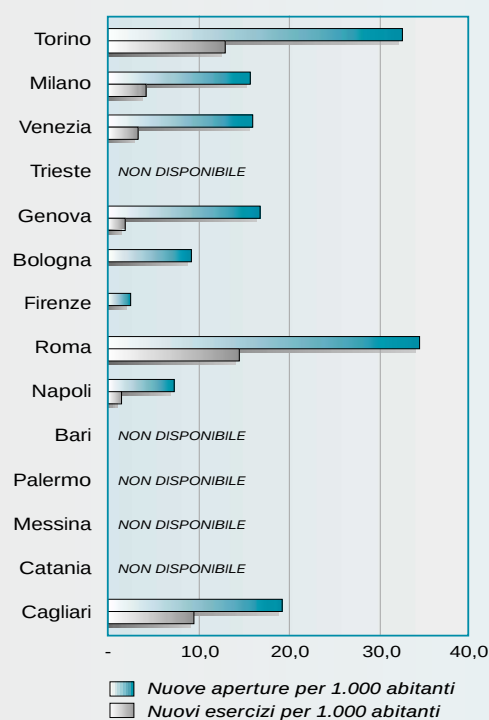
Grafico 7
Nuove aperture e nuovi esercizi in %
delle consistenze 2001 (2000 e 2001)



NB Il dato dei subingressi di Torino è stato stimato. I dati di Trieste, Bari, Palermo, Messina e Catania non sono stati ritenuti sufficientemente affidabili a causa di alcuni problemi di caricamento dei modelli COM

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio e Istat

Grafico 8
Nuove aperture e nuovi esercizi
di media e grande distribuzione (mq)
per mille abitanti (2000 e 2001)



NB Il dato dei subingressi di Torino è stato stimato. I dati di Trieste, Bari, Palermo, Messina e Catania non sono stati ritenuti sufficientemente affidabili a causa di alcuni problemi di caricamento dei modelli COM

Fonte Elaborazioni IPI su dati Osservatorio Nazionale sul Commercio e Istat

Al fine di offrire una lettura sintetica di quanto è avvenuto nelle differenti aree metropolitane nel periodo di tempo considerato, nello schema seguente si riassumono alcune delle

informazioni sin qui presentate in maniera analitica.

Nello **Schema 1** sono illustrati i valori di consistenza e le variazioni intervenute nel sistema distributivo delle differenti aree metropolitane.

In particolare sono stati presi in esame la numerosità degli esercizi, il numero di metri quadri di grande e media distribuzione, il numero di occupati.

Ciascuna di queste variabili è stata confrontata sia in ragione del valore assoluto sia della variazione intervenuta nel biennio 2000-2001. Per ciascun indicatore sono state individuate delle soglie (rispettivamente in corrispondenza del 33° e del 66° percentile) che hanno permesso di allocare ciascuna situazione territoriale nella fascia alta, media o bassa dell'indicatore considerato. ●

Schema 1 Una visione di insieme						
Comuni Metropolitani	Consistenze (per mille abitanti)			Variazioni (incremento % nel biennio '00/'01)		
	Esercizi (n.)	MGD* (mq)	Occupati (.000)	Nuovi esercizi (n.)	Nuovi esercizi MGD* (mq)	Nuovi occupati
Torino	medio	medio	medio	basso	alto	alto
Milano	basso	alto	alto	medio	medio	medio
Venezia	alto	alto	alto	basso	basso	medio
Trieste	medio	basso	alto	non disponibile	non disponibile	medio
Genova	medio	basso	alto	alto	medio	basso
Bologna	basso	alto	medio	basso	basso	basso
Firenze	alto	alto	alto	alto	basso	basso
Roma	basso	medio	medio	medio	alto	basso
Napoli	alto	basso	basso	medio	medio	alto
Bari	medio	medio	basso	non disponibile	non disponibile	medio
Palermo	medio	basso	basso	non disponibile	non disponibile	alto
Messina	basso	medio	basso	non disponibile	non disponibile	alto
Catania	alto	basso	medio	non disponibile	non disponibile	alto
Cagliari	alto	alto	basso	alto	alto	basso

(*) MGD = Super, Iper e Grandi Magazzini. I dati di Iper e Grandi Magazzini sono riferiti alla media provinciale

L'ANALISI GIURIDICO-AMMINISTRATIVA

Lo stato di attuazione della riforma

capitolo

2

Con l'abrogazione ad opera dell'articolo 26 del decreto legislativo 31 marzo 1998 n.114 della legge 11 giugno 1971 n. 426, hanno perduto efficacia e valore i (vecchi) piani commerciali comunali e, con essi, l'intero sistema programmatario legato alla previgente disciplina.

Un approccio meno vincolistico e proiettato verso una più marcata liberalizzazione del settore caratterizza il decreto legislativo 114/98 nei suoi principi ispiratori.

Di fatto, il decreto di riforma - attraverso l'ampio ricorso al metodo della delega funzionale - ha reso determinante il ruolo delle regioni per la direzione e lo sviluppo da imprimere al settore della distribuzione commerciale, provocando un profondo spostamento negli assetti decisionali dal centro verso la periferia.

Dall'analisi delle normative di attuazione adottate in sede regionale, e senza dilungarsi sul contenuto specifico delle funzioni delegate, possono essere fatte alcune osservazioni di massima:

- l'attuazione da parte delle regioni di quanto prescritto dal decreto 114 è avvenuta con tempi più lunghi del previsto: l'anno di tempo concesso dalla legge di riforma non è stato infatti sufficiente e la normativa regionale è stata completata (e non del tutto) solo nell'arco del 2000;
- la produzione normativa risulta particolarmente abbondante. Nonostante alle regioni siano state trasferite funzioni a carattere strettamente amministrativo, si riscontra un generale ricorso al meccanismo basato sull'emanazione di una legge principale ed al rinvio - per delega - ad ulteriori atti amministrativi sotto-ordinati (decreti del Presidente della Giunta, delibere del Consiglio, decreti della Giunta, delibere di Giunta, determinazioni dirigenziali, ecc.).
- le scelte operate territorialmente circa il tipo ed il numero di strumenti normativi da adottare, e

le diverse soluzioni economico-amministrative intraprese, hanno determinato regole diverse tra regioni diverse, sebbene riferibili ad un unico settore economico;

- la presenza, nel decreto di riforma, di norme sensibili a letture di tipo diverso, ha consentito, in alcuni casi, interventi interpretativi non omogenei pur se riferibili alla medesima norma generale. Tali interventi, tra l'altro, non sempre appaiono in linea con lo spirito originario della riforma, orientata verso una visione meno "amministrata" del settore (p.es.: ripristino di strumenti equivalenti, in parte, ai vecchi piani del commercio; programmazioni per grandi e, spesso, anche per medie strutture di vendita, a carattere numerico-quantitativo, o subordinate a tassative incompatibilità di natura territoriale, ripristino di categorie merceologiche, ecc.);
- il rischio, seppur remoto, anche in base ai ritardi già cumulati in ambito regionale e comunale, di non portare a totale compimento la riforma, così come già accaduto per la legge n. 426/71, andando incontro, oltre al rischio di un uso frequente della giustizia amministrativa, ad unennesimo allargamento dell'area di discrezionalità pubblica;
- l'assenza di una tradizione giuridica in materia di concorrenza ha condizionato l'adozione di misure specifiche, sebbene la libertà di concorrenza costituisca uno dei principi cardine dell'intero impianto di riforma. ●

Nell'individuare i compiti affidati alle amministrazioni comunali è possibile rilevare come ad esse venga attribuito un ruolo determinante per l'attuazione della riforma, sebbene nel decreto n.114/98 non vi sia alcuna disposizione che definisca in modo espresso e compiuto quale funzione i comuni siano tenuti ad adempiere nel determinare gli equilibri programmatori del commercio.

È attraverso la previsione dell'articolo 6, comma 5 del decreto 114 - che demanda alle regioni la fissazione di un termine non superiore a 180 giorni entro cui i comuni devono adeguare i propri strumenti regolamentari – che emerge più incisivamente la rilevanza del ruolo comunale, almeno sotto il profilo della responsabilità.

Tuttavia, anche in assenza di disposizioni analitiche, la centralità dei municipi risulta evidente dai contenuti complessivi della riforma.

Com'è noto, le difficoltà incontrate sotto la previgente disciplina nella predisposizione dei piani commerciali hanno spinto il Legislatore ad abbandonare, almeno sul piano dei principi e degli indirizzi, il modello programmatico autonomo, difficilmente integrabile con la disciplina urbanistica, per cercare soluzioni più snelle sotto il profilo procedurale, anche attraverso una semplificazione generale dell'azione amministrativa. La liberalizzazione del sistema autorizzatorio per l'apertura degli esercizi di vicinato e il nuovo meccanismo procedurale per l'apertura delle medie superfici sono, ad esempio, il frutto di tale impostazione.

Inoltre, la nuova disciplina non tenta più di raggiungere un difficile coordinamento tra i due livelli di pianificazione – quello urbanistico e quello commerciale – ma punta piuttosto ad un rapporto di completa integrazione tra i due, sebbene tale impostazione si scontri con la notevole com-

plessità che tutt'oggi caratterizza la disciplina relativa agli strumenti di pianificazione territoriale.

Attraverso l'elencazione dei provvedimenti da adottare, è possibile così riassumere le competenze affidate ai comuni:

- adozione della disciplina in materia di orari;
- individuazione dei criteri, parametri e procedure ai fini del rilascio delle autorizzazioni all'apertura per le medie strutture di vendita;
- adeguamento dei regolamenti di polizia ed igiene;
- adozione di programmi e progetti finalizzati alla tutela e rilancio dei centri storici, ed alla riqualificazione urbana e valorizzazione della rete commerciale;
- variazione e/o approvazione degli strumenti per la disciplina urbanistico-commerciale del territorio;
- eventuale approvazione di nuovi strumenti di programmazione commerciale delineati dalle norme regionali;
- progetti finalizzati al rilancio delle aree montane, insulari e dei comuni al disotto dei 3.000 abitanti.

Il monitoraggio dei comuni capoluogo delle 14 aree metropolitane, grazie al coinvolgimento e alla preziosa collaborazione degli interlocutori istituzionali locali, consente una prima verifica, a livello empirico, sullo stato d'attuazione della riforma del commercio nelle grandi città.

L'interesse della ricerca si è focalizzato esclusivamente sugli aspetti programmatori, urbanistico-commerciali, procedurali e su quelli relativi alla disciplina degli orari. Tale scelta è stata determinata dalla volontà di non allargare eccessivamente il campo di rilevazione, limitandolo alle norme generali di "programmazione ed indirizzo" (artt. 6, 10 e 13 del D.Lgs. 114/98), dalla cui attuazione in sede regionale e comunale è possibile desumere il progetto di sviluppo settoriale adottato in ambito territoriale.

Le brevi osservazioni che seguono commentano i risultati del lavoro di ricerca svolto sui contenuti dei provvedimenti adottati dagli enti locali, lasciando naturalmente ai lettori, attraverso la consultazione delle singole schede, gli ulteriori approfondimenti.

Occorre segnalare che l'analisi e l'illustrazione delle scelte operate dai comuni oggetto d'indagine non è mai disgiunta, nella redazione delle schede dedicate alle singole città, dal richiamo alle norme dettate dalle regioni.

I due livelli di normazione – quello regionale e quello comunale – non possono essere analizzati separatamente: parte delle disposizioni regionali, infatti, incidono direttamente in ambito locale (p.es. programmazione delle grandi strutture di vendita, compatibilità territoriali, etc.) ed anche laddove il comune ha maggiore facoltà di scelta nell'adozione di misure specifiche, è pur sempre tenuto al rispetto degli indirizzi e criteri dettati dalla regione (p.es.: medie strutture di vendita, urbanistica commerciale); solo per alcune limitate materie la discrezionalità comunale è più ampia (p.es.: disciplina degli orari).

Del resto, l'ampia delega operata dal centro verso le regioni ha prodotto anche l'effetto di contrarre l'area di discrezionalità comunale in materia di programmazione commerciale, rispetto alla legge previgente, pur mantenendo, in capo agli enti locali, compiti di rilevanza centrale per il buon funzionamento della riforma.

Un raccordo sinergico, efficace e realmente collaborativo tra regione e comune (senza peraltro dimenticare l'importante ruolo pianificatorio affidato, in alcuni casi, anche alle province) appare, quindi, la sola strada percorribile per il raggiungimento di un equilibrio territoriale del settore.

Sulla base delle informazioni e della documentazione pervenuta, la tabella sottostante illustra sinteticamente lo stato di attuazione della riforma nelle 14 aree metropolitane prese in esame. Il parametro di riferimento è rappresentato

Comuni	Disciplina e deroghe orari	Limiti apertura esercizi vicinato	Localizz. e Autorizz. medie strutture (Prov. definitivo)	Approvazione regolamento di polizia annonaria	Approvazione progetti di tutela centro storico e/o riqualific. urbana	Variante prgc e/o approvazione strumenti urbanistici	Adozione misure in tema di concorrenza
Torino	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI
Milano	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Venezia	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO
Trieste	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Genova	SI	NO	SI	NO	NO	SI	NO
Bologna	SI	NO	SI	NO	SI	SI	NO
Firenze	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO
Roma	SI	SI	NO	NO	SI (provis.)	NO	NO
Napoli	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO
Bari	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Palermo	SI	NO	SI	NO	SI	SI	NO
Messina	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Catania	—	—	—	—	—	—	NO
Cagliari	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO

dai provvedimenti approvati, tra quelli che i comuni sono comunque tenuti ad adottare.

Di seguito, vengono brevemente analizzate le diverse “voci” prese in considerazione nelle schede di rilevazione, cercando di cogliere, in linea generale, le principali scelte operative adottate nei diversi contesti territoriali.

Disciplina degli orari

♦ La regolamentazione degli orari, in particolare quelli di chiusura e apertura dei negozi, ha sempre suscitato un vivace dibattito nel Paese, tanto è vero che nel 1995 fu anche indetto un referendum popolare avente ad oggetto, tra gli altri argomenti, quello relativo alla liberalizzazione degli orari dei negozi. In quell'occasione prevalse il no alla modifica delle norme allora in vigore.

Con il decreto 114 è stata introdotta una regolamentazione meno vincolante di quella precedente, con un allungamento significativo della fascia oraria giornaliera, la possibilità di derogare ampiamente alla chiusura domenicale e festiva e alla mezza giornata infrasettimanale, e la previsione, inoltre, di specifiche autorizzazioni per l'apertura notturna degli esercizi commerciali. Anche i parametri regionali finalizzati a valutare l'inserimento dei comuni che ne facciano richiesta nell'elenco relativo alle città d'arte ed a quelle ad economia prevalentemente turistica, sono stati resi meno tassativi e vincolanti.

L'occasione è stata colta da quasi tutti i comuni esaminati.

L'inserimento della maggior parte dei 14 comuni metropolitani negli elenchi di città d'arte o ad economia turistica ha consentito ai rispettivi amministratori l'introduzione di norme, in materia di orari, particolarmente flessibili, sia per quel che riguarda le fasce giornaliere di apertura e chiusura, che per le deroghe alle chiusure festive.

Le città di Napoli, Palermo, Trieste, Cagliari, Bari e Roma, seppure con un tipo di regolamentazione più articolata, hanno di fatto liberalizzato la disciplina degli orari, rendendo facoltative le chiusure domenicali e festive, oltre che quelle relative alla mezza giornata infrasettimanale. Anche i comuni restanti - sebbene con maggior prudenza e concentrando per lo più le deroghe in zone limitate del territorio comunale, come i centri storici - hanno allargato la sfera di facoltatività degli esercizi in materia.

Procedimenti amministrativi

♦ Uno dei punti qualificanti della riforma è certamente quello relativo ai principi di semplificazione amministrativa. Il Legislatore, in sede di riforma, ricorre più volte all'utilizzo dell'autocertificazione ed all'applicazione del principio del silenzio-assenso.

Per gli esercizi di vicinato, ma anche con riferimento alle procedure relative alle medie ed alle grandi strutture di vendita, sono previsti termini tassativi entro cui l'amministrazione è tenuta a fornire risposte espresse agli istanti, attivandosi, altrimenti, il meccanismo del silenzio-assenso.

Rispetto a tale disciplina di base, le regioni si sono mosse in ordine sparso.

Con particolare riferimento a medie e grandi strutture di vendita, sono previsti in molti casi procedimenti particolarmente articolati, in cui è richiesta l'allegazione di numerosi documenti di natura certificativa ed informativa.

Va sottolineato come, nella maggior parte dei casi, la carenza di documentazione da allegare, in sede di presentazione dell'istanza, blocchi l'iter procedurale, sospendendo di conseguenza i termini relativi al manifestarsi del silenzio-assenso, fino a giungere - nel caso di mancata integrazione della domanda nei termini dati - al rigetto della stessa da parte della P.A.

Occorre anche osservare che parte delle informazioni da allegare in sede di istanza, potrebbero essere assunte dalle medesime amministrazioni richiedenti.

Tutto ciò comporta un rallentamento degli iter procedurali a discapito di quanto auspicato dal Legislatore nei principi generali.

Esercizi di vicinato

♦ La cosiddetta *liberalizzazione dei piccoli negozi* rappresenta forse l'aspetto di maggior impatto “visivo” del cambiamento avvenuto a seguito della riforma. I dati degli ultimi due anni sulle nuove aperture indicano una vivace crescita (saldo attivo) del comparto, in particolare per le aree del mezzogiorno.

Tuttavia, si notano alcune differenze tra le regolamentazioni adottate dai diversi comuni esaminati.

Alcune amministrazioni non hanno, in linea generale, posto vincoli alle procedure previste dal decreto 114, relative alla comunicazione per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento dopo 30

giorni degli esercizi di vicinato: è il caso di Trieste, Bologna, Napoli, Palermo, Cagliari e Milano (per quest'ultimo, però, è stato decisivo l'intervento del giudice amministrativo).

Vi sono, però, anche esempi di regolamentazioni più stringenti in ordine al libero insediamento dei piccoli esercizi:

- fissazione di limiti di superficie inferiori a quelli previsti dal decreto di riforma (Genova, sebbene sulla base di quanto disposto dalla legge regionale di attuazione);
- blocco dell'efficacia delle comunicazioni all'apertura per determinate merceologie (come nel caso del comune di Venezia, con riferimento a parte del territorio comunale);
- ambiti di discrezionalità per richieste di insediamenti in determinate zone della città (Firenze);
- regolamenti in cui vengono combinati insieme i fattori di cui ai punti precedenti, anche se nell'ambito di precisi limiti di zona (Roma).

Medie strutture di vendita

◆ L'individuazione di parametri, criteri e procedure di rilascio delle autorizzazioni per l'apertura delle medie strutture di vendita costituisce uno dei principali compiti affidati alle amministrazioni comunali, anche se sulla base degli indirizzi dettati dalla regione.

Non tutte le aree prese in esame hanno già adottato la disciplina che regola l'apertura delle medie strutture.

Occorre comunque notare che i criteri di programmazione e localizzazione delle medie strutture non hanno carattere omogeneo tra i diversi territori interessati.

Alcune regioni hanno modificato o ulteriormente segmentato le tipologie dimensionali rispetto a quanto stabilito dal decreto 114. Nella maggior parte dei casi, poi, unitamente alle grandi strutture di vendita, le regioni hanno individuato delle rigide compatibilità territoriali: per ogni classe (demografica) di comuni sono consentiti insediamenti relativi soltanto a determinate tipologie (dimensionali e merceologiche) di medie strutture.

Inoltre, in alcuni casi, anche le medie strutture di vendita sono state programmate sul territorio in base a criteri numerico-quantitativi con la previsione della quantità di metri quadri autorizzabili nel periodo di vigenza dei diversi piani.

È opportuno comunque sottolineare come, in

alcune delle aree metropolitane monitorate, sia stata favorita la penetrazione di medie strutture al fine di rivitalizzare ed equilibrare il tessuto commerciale preesistente, anche con riferimento ai centri storici ed alle zone di particolare pregio.

Grandi strutture di vendita

◆ L'impatto rappresentato dai grandi insediamenti, la loro localizzazione e programmazione costituisce, per certi versi, il nodo centrale dell'intera fase attuativa della riforma. Ciò ha determinato profonde differenze di disciplina tra le diverse regioni.

L'ampiezza di contenuto delle norme di principio inserite nel decreto 114/98 (programmazione ed urbanistica), ha consentito interpretazioni diverse e, a volte, contrastanti nei vari territori.

È dunque possibile, in linea del tutto generale, distinguere tre principali "linee di pensiero" seguite dalle diverse amministrazioni in sede di regolamentazione attuativa.

Una si concretizza nella determinazione quantitativa di metri quadri di superficie di vendita autorizzabile in un periodo dato o nel numero e tipo di grandi strutture insediabili sul territorio nel medesimo periodo.

Un'altra linea di pensiero si rifà, in maniera più esclusiva, alle compatibilità territoriali, delimitando le superfici e le tipologie di struttura a seconda della classe demografica del comune corrispondente, oppure a seconda delle dotazioni (urbanistiche, di servizio, viabilità, ecc.) esistenti in una determinata porzione di territorio.

Ultimo criterio è quello in cui si individua un'ampia disponibilità territoriale all'insediamento; non si prevedono misure di programmazione quantitativa; si pongono precisi parametri (con limitato o assente margine di discrezionalità), anche in materia di regolazione della concorrenza, oltre che di tutela e buon utilizzo del territorio.

La prima fase di attuazione della riforma ha anche visto una serie di deroghe rispetto ai criteri generali di programmazione stabiliti dalle singole regioni: deroghe relative, ad esempio, a progetti già avanzati durante la previgente disciplina, o per i quali vi siano stati accordi di programma o altre tipologie di negoziazione territoriale.

Solo un attento monitoraggio delle diverse realtà potrà verificare, nel tempo, la bontà o meno delle diverse "filosofie" programmatiche adottate.

Centri storici e qualificazione urbana

♦ Tutte le regioni in cui ricadono le aree metropolitane prese in esame hanno dedicato spazio, nella propria normativa di attuazione, ai contenuti dei progetti di qualificazione e tutela che i comuni hanno facoltà di adottare.

Occorre però dire che, allo stato attuale, molte delle amministrazioni comunali monitorate (quali, ad esempio, Milano, Firenze, Cagliari, Genova, Trieste, Bari) non ha adottato progetti di tutela o qualificazione; Roma, nell'attesa che la Regione promulghi il piano triennale di programmazione, ha adottato una disciplina transitoria maggiormente indirizzata alla tutela piuttosto che al rilancio delle zone di pregio (è, comunque, doveroso segnalare l'emanazione di una disciplina di tutela indirizzata alla salvaguardia delle botteghe storiche); il comune di Bologna ha invece adottato i criteri relativi ai piani di valorizzazione, determinandone già il contenuto e sottoponendoli alla regione per l'ottenimento dei relativi finanziamenti. L'amministrazione di Bologna ha anche varato una attenta regolamentazione relativa alla salvaguardia delle botteghe storiche, oltre che a mirate azioni di marketing urbano.

Urbanistica commerciale

♦ L'approccio del decreto di riforma è caratterizzato dal tentativo di superare la contrapposizione tra programmazione commerciale e pianificazione urbanistica. Obiettivo che purtroppo si scontra con l'eccessiva stratificazione del sistema di norme in materia, con le lungaggini burocratiche dei procedimenti di approvazione relativi ai numerosi strumenti di disciplina del territorio presenti nell'ordinamento e con la difficile opera di raccordo organico e funzionale tra essi.

Da ciò dipende la differenza di disciplina tra i diversi territori analizzati. Alcune amministrazioni regionali hanno mantenuto, seppure in forme diverse, un netto distacco tra programmazione commerciale e pianificazione urbanistica; altre, invece, hanno cercato di costruire sistemi che interagendo tra loro riuscissero a comporre le diverse esigenze presenti e a mediare tra i numerosi interessi in gioco: economico-commerciali, da un lato, e di sviluppo ed utilizzo sostenibile del territorio dall'altro; infine, altre ancora - con l'obiettivo di favorire un corretto utilizzo del territorio - hanno cercato di integrare gli aspetti commerciali considerandoli "parte" di un quadro più generale di sviluppo.

Ad ogni modo, sono pochi i comuni monitorati che già hanno approvato varianti dei propri strumenti urbanistici o addirittura nuovi Piani Regolatori Comunali.

Concorrenza

♦ Una delle novità introdotte dal decreto di riforma è indubbiamente rappresentata dall'ampio riferimento ai principi della libera iniziativa economica e della tutela della concorrenza di mercato. La mancanza di una tradizione giuridico-economica ed amministrativa consolidata in materia è ancora evidente nel nostro sistema. Lo testimonia anche il fatto che un'autorità antitrust opera in Italia solo da poco più di dieci anni e che la prima legge in materia, la n. 287, risale al 1990.

Tuttavia, in alcuni dei casi monitorati - nello specifico, le Regioni Piemonte e Sicilia - è stata riscontrata la volontà di individuare, all'interno delle norme di attuazione, parametri e criteri finalizzati a tutelare il libero gioco della concorrenza. Si tratta, comunque, di episodi isolati. Appare dunque opportuno e utile promuovere, per il futuro, una più attenta riflessione in materia. ●

L'ANALISI REGOLAMENTARE

Le esperienze dei quattordici
comuni metropolitani

capitolo

3

31

NOTA

*L'analisi è stata
realizzata sulla base
della documentazione
presentata dai Comuni
al 15 maggio 2002*

Torino

Comune di

Orari

A) Fasce orarie ed aperture domenicali e festive

❖ Con delibera del Consiglio Comunale n. 92 del 17 maggio 1999 la città di Torino ha fissato i criteri in materia di orari degli esercizi commerciali. Sulla base di detti principi, annualmente vengono adottate ordinanze che fissano il calendario delle 8 aperture festive secondo un metodo a rotazione tra le diverse circoscrizioni della città: in tal modo in occasione di ciascuna domenica o festività nel corso dell'anno ai cittadini è data la possibilità di reperire negozi aperti in alcune zone della città.

Sono state inoltre adottate ordinanze aventi ad oggetto:

- l'obbligo di chiusura infrasettimanale per mezza giornata, con possibilità da parte del singolo esercente di scegliere in quale giorno della settimana tenere chiuso il proprio negozio;
- la turnazione delle ferie estive per gli esercizi di vendita di prodotti alimentari. Per favorire l'apertura dei negozi durante i mesi estivi, la città promuove iniziative pubblicitarie per gli esercizi che intendano rinunciare alla chiusura per ferie durante i mesi di luglio e di agosto;

- l'apertura festiva dei negozi del settore alimentare in caso di più di due festività consecutive.

È in corso di studio l'individuazione di zone della città aventi carattere turistico (almeno per alcuni periodi dell'anno), al fine dell'applicazione delle deroghe alla disciplina degli orari previste dall'art. 12 del D.L.vo 114/1998.

L'Amministrazione Comunale ha inoltre approvato gli indirizzi per lo sviluppo del Piano Territoriale degli orari e dei tempi della città, al fine di:

- 1) ottimizzare la fruibilità e l'accessibilità dei servizi, armonizzando gli orari con i tempi di vita e di lavoro dei cittadini;
- 2) accelerare la semplificazione e lo snellimento dei procedimenti nella amministrazione pubblica;
- 3) diminuire la mobilità necessaria razionalizzando quella prevedibile e ripetitiva con l'incentivazione dell'uso di mezzi collettivi e pubblici.

B) Aperture notturne

- ❖ La città favorisce l'apertura dei negozi in orario notturno, autorizzandola di volta in volta su richiesta degli interessati.

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ La normativa regionale prevede che, ai sensi dell'articolo 10, comma 1, lettera c) del D.Lgs. n. 114/1998, i Comuni con popolazione a partire da 3.000 abitanti, nel rispetto dei criteri indicati ai commi 2 e 3, limitatamente agli addensamenti commerciali A.1. e A.2. (centri storici) e limitatamente agli ambiti individuati come futuri progetti di qualificazione urbana e fino alla loro approvazione, avrebbero potuto sottoporre a valutazione di impatto commerciale, per un periodo di anni due a decorrere dalla data di entrata in vigore della normativa sul commercio, le comunicazioni di apertura, di trasferimento, di variazione della superficie di vendita, di modifica o aggiunta di settore merceologico degli esercizi di vicinato, inibendone gli effetti.

La valutazione di impatto commerciale poteva essere effettuata, previa assunzione da parte del comune di apposito atto deliberativo:

- a) nel rispetto delle finalità e degli obiettivi enunciati agli articoli 1 e 2 del D. Lgs. n. 114/1998;
- b) nel rispetto delle finalità e degli obiettivi della Legge regionale sul commercio;
- c) nel rispetto delle compatibilità tra localizzazioni e tipologie di strutture distributive;
- d) nel rispetto dello sviluppo di idonee merceologie destinate a completare il servizio ai residenti e ad accrescere la qualità degli addensamenti commerciali;
- e) nel rispetto del divieto di vendita di determinate merceologie qualora questo costituisca un grave ed evidente contrasto con la tutela dei valori artistici, culturali, storici ed ambientali locali, sempre che ciò non inibisca lo sviluppo del commercio e della libera concorrenza tra varie tipologie commerciali.

Fino all'adozione del provvedimento di cui al comma 2, i comuni avrebbero potuto prorogare le disposizioni vigenti in sede locale.

La città di Torino non ha ritenuto di porre limitazioni alle nuove aperture di esercizi commerciali di vicinato nei due anni successivi all'entrata in vigore del decreto di riforma del commercio.

Pertanto è in corso di valutazione l'adozione di un provvedimento atto ad inibire l'apertura di tipologie di attività commerciali che possano contrastare gravemente con il contesto storico ambientale in cui vadano ad inserirsi.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ **Procedimento generale** - Le nuove aperture, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita e di settore merceologico degli esercizi di vicinato sono soggetti a comunicazione, secondo la procedura generale stabilita dal D. Lgs. N.114/98.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico delle medie strutture sono ammesse esclusivamente nelle zone di insediamento commerciale (distinte in addensamenti e localizzazioni) così come definite nella normativa regionale e comunale, ed individuate dai "Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e per il rilascio delle autorizzazioni per l'esercizio del commercio al dettaglio su aree private" adottati con deliberazione del Consiglio Comunale del 18 maggio 2000, n. 82.

Al fine della contestualizzazione del rilascio dell'autorizzazione commerciale e di quella edilizia, (come previsto dal D.l.vo 114/1998 di riforma del commercio e dalla L.R. 28/99), e dell'applicazione della normativa istitutiva degli Sportelli Unici per le Attività Produttive (D.P.R. 447/1998, modificato dal D.P.R. 440/2000), la procedura di autorizzazione prevede una domanda da presentarsi allo S.U.A.P. della Città di Torino, la quale struttura resta anche investita di attuare, all'occorrenza, la relativa Conferenza dei Servizi.

A detta struttura è stato infatti attribuito, mediante provvedimento del Direttore Generale, il compito di coordinare i vari settori comunali ed enti esterni coinvolti nella complessa procedura di autorizzazione degli esercizi commerciali di medie dimensioni e di raccogliere i vari pareri o atti di consenso comunque denominati in un unico provvedimento finale di autorizzazione all'insediamento di un'attività commerciale.

L'istanza di autorizzazione per medie strutture di vendita deve essere presentata al Comune competente per territorio, utilizzando la modulistica approvata.

Nell'istanza dovranno essere dichiarati:

- a) il settore o i settori merceologici;
- b) il possesso dei requisiti professionali in caso di richiesta di autorizzazione per il settore merceologico alimentare, ai sensi dell'art. 5 del D. Lgs. n. 114/1998;

- c) l'ubicazione dell'esercizio;
- d) la superficie di vendita dell'esercizio;
- e) l'assenza delle condizioni ostative all'esercizio dell'attività commerciale previste dall'art. 5, comma 2 del D.Lgs. n. 114 del 1998.

In caso di società, il possesso di uno dei requisiti professionali è richiesto con riferimento al legale rappresentante o ad altra persona preposta specificamente all'attività commerciale.

L'istanza di autorizzazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non è soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

All'istanza di autorizzazione deve essere allegata la documentazione comprovante la conformità dell'intervento agli strumenti ed atti di adeguamento adottati dal comune. La domanda va altresì corredata dalla documentazione necessaria per ottenere il rilascio della concessione edilizia. Può essere da esempio quanto richiesto a corredo delle istanze relative alle grandi strutture di vendita di cui al punto successivo.

Il responsabile del procedimento, ricevuta l'istanza:

- effettua la verifica della stessa e, nel caso di incompletezza o irregolarità richiede all'interessato, entro 10 giorni dal ricevimento, le necessarie integrazioni, interrompendo i termini del procedimento e assegnando 30 gg. per le integrazioni stesse;
- effettua la verifica della sussistenza dei requisiti essenziali e dei presupposti necessari per svolgere l'attività, nonché della sottoscrizione; qualora rilevi l'insussistenza di uno dei requisiti essenziali, dichiara l'inammissibilità della domanda e ne dispone l'archiviazione;
- provvede all'acquisizione dei pareri, intese o assensi necessari all'espletamento delle verifiche di compatibilità, trasmettendo a ciascuno degli uffici comunali competenti la documentazione relativa ai vari aspetti (urbanistica, trasporti, commercio, etc.), ai fini delle necessarie correlazioni dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia e dell'autorizzazione commerciale.

Il trasferimento di sede di una media struttura è disciplinato come segue:

- nell'ambito dello stesso addensamento commerciale e della stessa localizzazione, l'autoriz-

zazione al trasferimento è atto dovuto. In tutti gli altri casi è soggetto ad autorizzazione che è rilasciata nel rispetto delle medesime disposizioni previste per le nuove aperture.

È inoltre dovuta l'autorizzazione per gli ampliamenti che non comportino il cambio di tipologia di struttura distributiva, ottenuti mediante accorpamento di autorizzazioni riconducibili al settore alimentare o misto e rilasciate dal comune competente per territorio ai sensi della legge n. 426/1971. In tal caso non è richiesto il ricalcolo e l'adeguamento al fabbisogno di parcheggi.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita e di settore merceologico sono ammesse esclusivamente nelle zone di insediamento commerciale (distinte in addensamenti e localizzazioni) così come definite nella normativa regionale e comunale.

Esse sono soggette ad autorizzazione comunale.

Il richiedente presenta al comune, competente per territorio, istanza di autorizzazione per grande struttura di vendita utilizzando la modulistica approvata. Copia della stessa munita del visto del ricevimento da parte del comune va inviata alla regione ed alla provincia.

La presentazione dell'istanza può essere effettuata anche a mezzo raccomandata con avviso di ricevimento: in questo caso ai fini della presentazione alla Regione ed alla Provincia occorre allegare copia dell'avviso di ricevimento.

Per quanto concerne la Regione, il richiedente è tenuto a inoltrare l'istanza alla Regione Piemonte – Direzione Commercio Artigianato.

Nell'istanza dovranno essere dichiarati, a pena di inammissibilità:

- a) il settore o i settori merceologici;
- b) il possesso dei requisiti professionali in caso di richiesta di autorizzazione per il settore merceologico alimentare, ai sensi dell'art. 5 del D.Lgs. n. 114/1998;
- c) l'ubicazione dell'esercizio;
- d) la superficie di vendita dell'esercizio;
- e) l'assenza delle condizioni ostative all'esercizio dell'attività commerciale previste dall'art. 5, comma 2 del D.Lgs. n. 114 del 1998

In caso di società, il possesso dei requisiti professionali è richiesto con riferimento al legale rappresentante o ad altra persona preposta specifica-

mente all'attività commerciale.

L'istanza di autorizzazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non è soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscritto.

All'istanza di autorizzazione presentata in Regione deve essere allegata la seguente documentazione:

1) relazione dell'iniziativa corredata da adeguata cartografia, con riferimento alle previsioni degli indirizzi e criteri regionali e degli adeguamenti adottati dai comuni: in particolare la relazione deve contenere:

- descrizione delle caratteristiche dell'esercizio o centro commerciale con riferimento agli indirizzi regionali;
- descrizione dell'offerta commerciale dell'esercizio e/o degli esercizi che costituiscono il centro commerciale;
- descrizione e rappresentazione cartografica della zona di insediamento commerciale ove è ubicato l'intervento con riferimento agli indirizzi e criteri regionali (d.c.r. n. 563-13414 del 29.10.99) nonché agli strumenti comunali di programmazione adottati ai sensi dell'art. 4 della L.r. 28/99; in particolare dovrà essere evidenziato per le localizzazioni commerciali L1, L2, L3 il rispetto dei parametri per il loro riconoscimento, e laddove ad essi si sia derogato la descrizione dettagliata della motivazione;
- indicazione della tabella relativa alla compatibilità territoriale dello sviluppo così come delineata all'art. 17 degli indirizzi regionali alla quale ci si riferisce;
- per gli esercizi e/o centri commerciali superiori a mq. 1800 di vendita, eventuale relazione della tutela della dinamica concorrenziale circa l'impatto economico e ambientale dell'intervento;
- eventuali informazioni relative alla sussistenza di un progetto di qualificazione urbana o di rivitalizzazione delle realtà minori adottati dal comune secondo quanto previsto dagli indirizzi regionali;
- eventuali dichiarazioni circa la sussistenza del titolo di priorità;
- indicazioni circa l'adozione da parte del comune di apposito atto deliberativo in ordine

ai contenuti sulla base degli indirizzi e criteri regionali;

- ogni altra informazione utile per la valutazione della congruità della richiesta agli indirizzi generali ed ai criteri di programmazione urbanistica;

2) relazione tecnico progettuale contenente:

- descrizione del progetto relativo all'intervento con indicazione della superficie lorda di calpestio, delle superfici destinate alla vendita, ai magazzini e/o depositi ad altre attività non commerciali connesse all'insediamento ed alle eventuali gallerie commerciali;
- superficie territoriale dell'ambito dell'intervento;
- dimensioni del lotto di pertinenza dell'insediamento;
- descrizione dettagliata del fabbisogno totale minimo di parcheggi relativo alla tipologia di struttura distributiva ed alla superficie di vendita richiesta, nel rispetto delle prescrizioni regionali;
- descrizione dettagliata del computo degli standard relativi alla dotazione di parcheggi pubblici così come previsti dai criteri regionali di programmazione urbanistica;
- tavola progettuale di inquadramento generale con la dislocazione dettagliata del fabbisogno in scala non inferiore a 1:500;

3) progetto dell'intervento conforme a quello presentato al Comune, firmato da professionista abilitato alla progettazione, costituito dalla planimetria dell'area, in scala non inferiore a 1:500, contenente la rappresentazione della situazione di fatto e di progetto, e da piante, prospetti e sezioni del fabbricato, in numero adeguato ed in scala 1:100 o comunque nella scala prescritta dal regolamento edilizio comunale ai fini del rilascio della concessione edilizia. Resta inteso che il progetto dell'intervento deve, in generale, essere redatto in conformità alle disposizioni regolamentari locali relative al rilascio delle concessioni edilizie e deve rispettare le norme contenute negli indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica regionali, e comunque deve indicare e quantificare opportunamente:

- il fabbisogno totale dei posti auto, la relativa superficie complessiva, la relativa dislocazione ed organizzazione spaziale;
- il fabbisogno dei servizi pubblici;
- la superficie complessiva, la quantificazione



numerica, la relativa dislocazione ed organizzazione spaziale delle aree da destinare a parcheggi pubblici;

- la superficie complessiva, la relativa dislocazione ed organizzazione spaziale, delle aree da destinarsi a verde pubblico;
 - le opere di urbanizzazione esistenti e previste;
 - il fabbisogno complessivo delle autorimesse e dei parcheggi privati (*ex Legge 122/89*), le aree per il carico e lo scarico delle merci, la loro quantificazione dettagliata e la relativa dislocazione e organizzazione spaziale;
 - la quantificazione dettagliata e relativa dislocazione e organizzazione spaziale nell'ambito degli edifici delle: superfici di vendita; le superfici destinate agli spazi per le attività diverse da quelle normate dalla L. 426/71 (artigianato di servizio, pubblici esercizi, generi di monopolio, farmacie ecc.), i magazzini le zone di lavorazione, i servizi (igienici, tecnologici, spogliatoi, ecc), le gallerie pedonali di accesso ai punti vendita (piazze, mall), zone di deposito di carrelli, ogni altra attività terziaria e non connesse all'insediamento commerciale; i collegamenti con la viabilità, gli accessi e i percorsi veicolari e pedonali.
- 4) relazione, a firma di un professionista abilitato alla progettazione, che asseveri la conformità delle opere in progetto alle prescrizioni delle norme e dei piani urbanistici ed edilizi vigenti ed adottati dal Comune;
 - 5) certificato urbanistico relativo all'area o all'immobile interessato;
 - 6) copie di eventuali convenzioni o atti di impegno unilaterale già sottoscritti;
 - 7) idonea documentazione relativa all'impatto sulla viabilità, corredata da soluzioni progettuali che rendono ammissibile l'insediamento commerciale attraverso il controllo e la correzione della esternalità negativa.

All'istanza deve essere altresì allegata, anche sotto forma di autocertificazione, la seguente documentazione:

- dichiarazione contenente gli estremi della concessione edilizia riferita all'iniziativa commerciale in oggetto qualora il richiedente ne sia già in possesso;
- ogni autorizzazione, nullaosta, concessione, licenza, parere, intesa e atto di assenso, comunque denominato, indispensabile e preventivo ri-

spetto alla istanza di autorizzazione di competenza di enti terzi (compreso il parere della commissione igienico- edilizia).

Tutta la documentazione va prodotta in triplice copia.

Il responsabile del procedimento ricevuta l'istanza provvede al riscontro con lettera indirizzata al richiedente, al Comune ed alla Provincia, inviando altresì al soggetto interessato l'elenco della documentazione di cui in precedenza. La data di ricevimento dell'istanza deve risultare espressamente dalla lettera di riscontro.

Dopodiché entro 30 giorni dal ricevimento dell'istanza provvede ai seguenti adempimenti:

- a) accerta la completezza della documentazione e, salvo quanto previsto al successivo punto c), provvede alla trasmissione degli atti di competenza rispettivamente al Comune ed alla Provincia. La lettera di trasmissione impegna le amministrazioni a concludere i necessari adempimenti istruttori entro la data di svolgimento della conferenza dei servizi, salvo quanto previsto alla successiva lett. c;
- b) provvede alla eventuale trasmissione agli uffici regionali competenti della documentazione relativa a particolari aspetti sui quali è necessario acquisire un parere tecnico;
- c) qualora rilevi l'incompletezza o l'irregolarità della documentazione di cui all'art. 5 richiede all'interessato, interrompendo i tempi del procedimento, con le modalità che possono garantire la massima celerità, la necessaria documentazione integrativa che dovrà pervenire entro il 30° giorno successivo. Decorso inutilmente tale termine, qualora gli elementi integrativi mancanti siano tali da non consentire la valutazione dell'intervento rispetto alla Legge regionale n. 28/99 ed alla d.c.r. n. 563-13414 del 29.10.99, ovvero agli atti di programmazione comunale, il responsabile del procedimento provvede, nei 15 giorni successivi, alla dichiarazione di improcedibilità, da sottoporre alla conferenza dei servizi, per l'archiviazione della domanda;
- d) convoca la conferenza dei servizi, con le modalità dopo descritte, entro 60 giorni dall'avvenuta completezza della documentazione richiesta così come risulta da apposita dichiarazione rilasciata dal responsabile del procedimento ai sensi della Legge 241/90 e successive modificazioni. Tale dichiarazione costituisce avvio del procedimento;

- e) provvede ai necessari adempimenti istruttori entro la data di svolgimento della conferenza dei servizi;
- f) comunica tempestivamente al soggetto richiedente l'esito della conferenza dei servizi;
- g) trasmette tempestivamente al comune copia della deliberazione della conferenza dei servizi ai fini del rilascio o diniego dell'autorizzazione.

L'amministrazione provinciale interessata, sulla base delle proprie competenze e in conformità ai principi enunciati all'art. 2 della Legge 8.6.1990, n. 142 e successive modificazioni, provvede ai seguenti adempimenti, entro 30 giorni dalla data di ricevimento dell'istanza:

- a) esamina, accertandone la completezza, la documentazione di propria competenza, ricevuta dal responsabile del procedimento;
- b) qualora rilevi l'incompletezza o l'irregolarità della documentazione ricevuta, richiede all'interessato, interrompendo i termini del procedimento, la necessaria documentazione integrativa che dovrà pervenire entro il termine di 30 giorni successivi;
- c) provvede ai necessari adempimenti istruttori entro la data di svolgimento della conferenza di servizi convocata dalla regione procedente e comunicata dal responsabile del procedimento.

Il responsabile del procedimento provvede alla convocazione della conferenza, che dovrà aver luogo nei 60 giorni successivi alla sua convocazione; invia allo scopo apposita lettera raccomandata con avviso di ricevimento indirizzata alla Provincia, al Comune ed ai soggetti a partecipazione facoltativa.

La comunicazione della convocazione della conferenza dovrà essere altresì trasmessa con lettera raccomandata al soggetto richiedente.

La conferenza di servizi si svolge in pubblica seduta, si apre alla data stabilita nella lettera di convocazione e si chiude con la sottoscrizione del verbale finale da parte delle amministrazioni a partecipazione obbligatoria.

Il rappresentante della regione ricopre la carica di presidente della conferenza.

Le funzioni di segretario sono svolte da un dipendente dell'amministrazione regionale.

La deliberazione della conferenza di servizi relativa all'autorizzazione commerciale è adottata a maggioranza degli aventi diritto entro 90 giorni dalla data di convocazione della conferenza; si

considera acquisito l'assenso dell'amministrazione la quale, regolarmente convocata, non abbia partecipato alla conferenza, senza giustificato motivo. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione.

La deliberazione costituisce presupposto del rilascio delle relative autorizzazioni commerciali ed è vincolante per il rilascio delle stesse.

L'autorizzazione è rilasciata utilizzando la modulistica individuata dalla regione, che costituisce parte integrante della presente deliberazione.

In caso di esito positivo della conferenza, il Comune provvede al rilascio della richiesta autorizzazione, sulla base della deliberazione della conferenza di servizi ed entro il 30° giorno dalla data della deliberazione medesima.

Il responsabile procede, altresì, alla trasmissione di copia dell'autorizzazione alla direzione regionale competente.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 5, del D.Lgs n. 114 del 31.3.1998, qualora la conferenza abbia deliberato in senso negativo in ordine alla richiesta di autorizzazione commerciale, il relativo provvedimento di diniego, emesso dal comune competente, va comunicato al richiedente entro e non oltre il termine di 120 giorni dalla data di convocazione della conferenza. In caso di mancata comunicazione del provvedimento di diniego entro il suddetto termine, l'istanza di autorizzazione deve ritenersi accolta.

D) Apertura centro commerciale

❖ **Procedura generale** - L'apertura, il trasferimento di sede, la variazione di superficie di vendita e di settore merceologico di un centro commerciale sono sottoposti ad autorizzazione comunale, secondo le regole procedurali previste per le medie o le grandi strutture di vendita a seconda della superficie di vendita complessiva del centro medesimo.

Qualora il centro commerciale abbia le caratteristiche di grande struttura di vendita, la domanda di autorizzazione può essere presentata anche da un soggetto promotore che, ai soli fini della presentazione della stessa, può non dichiarare il possesso dei requisiti professionali ai sensi dell'art. 5 del D.Lgs. 114/98. Prima del rilascio dell'autorizzazione, è possibile sostituire il richiedente originario con altri che possiedano i requisiti di cui all'art. 5 del D.Lgs. 114/98. Tale fattispecie non costituisce caso di subingresso.

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ Le previsioni regolamentari del comune di Torino indicano che le concessioni e le autorizzazioni edilizie relative alle medie strutture di vendita siano rilasciate seguendo il principio della contestualità con le autorizzazioni commerciali secondo quanto indicato dal decreto di riforma.

F) Modifica o aggiunta di merceologia

❖ Le procedure sono quelle sopra descritte per le diverse classi di strutture (vicinato, medie e grandi strutture di vendita).

Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ Le medie strutture di vendita, in base alla normativa di attuazione, si suddividono nel seguente modo:

Offerta alimentare e/o mista

M-SAM1: superficie di vendita da 251 a 400 mq.

M-SAM2: superficie di vendita da 401 a 900 mq.

M-SAM3: superficie di vendita da 901 a 1.800 mq.

M-SAM4: superficie di vendita da 1.801 a 2.500 mq.

Offerta non alimentare

M-SE1: superficie di vendita da 251 a 400 mq.

M-SE2: superficie di vendita da 401 a 900 mq.

M-SE3: superficie di vendita da 901 a 1.800 mq.

M-SE4: superficie di vendita da 1.801 a 2.500 mq.

Centri commerciali di medie dimensioni

M-CC: da 251 a 2.500mq. di superficie di vendita complessiva

La normativa regionale e comunale stabilisce una classificazione degli ambiti territoriali di insediamento commerciale nei quali è consentito inserire strutture di vendita di dimensioni maggiori di quelle di vicinato.

Detti ambiti, individuati con la già citata deliberazione del Consiglio Comunale 18 maggio 2000, n. 82, si distinguono in addensamenti (porzioni di territorio urbano, percepite come omogenee e unitarie, che raggruppano un insieme di attività commerciali, ubicate a scala pedonale, all'interno delle quali il consumatore trova un insieme organizzato e integrato di offerta commerciale), e localizzazioni (zone urbane sedi attuali o potenziali di insediamenti commerciali ubicati all'esterno di addensamenti commerciali).

Oltre alle localizzazioni già espressamente individuate (L1, localizzazioni urbane non addensa-

te, ed L2, localizzazioni urbano-periferiche non addensate), è stata fatta salva la possibilità di riconoscere altre, qualora si presentino le condizioni previste dalla succitata deliberazione.

A ciascuna tipologia di addensamento (A1, A2, A3 e A4) e di localizzazione (L1 e L2) viene fatta corrispondere una compatibilità tipologico-funzionale dello sviluppo del commercio, sintetizzata in apposita tabella, indicante per ciascun ambito di insediamento commerciale le tipologie di strutture distributive consentite.

Oltre alle compatibilità tipologiche-funzionali sono definiti i criteri di compatibilità urbanistica dello sviluppo urbano del commercio: destinazioni d'uso, standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta, salvaguardia dei beni culturali e ambientali, regolamentazione delle aree di sosta e impatto sulla viabilità.

B) Criteri qualitativi

❖ Non vi sono specifiche particolari, relative alle caratteristiche qualitative obbligatorie per le medie strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

❖ Per l'insediamento di medie strutture di vendita si prevede il rispetto, oltre che dello standard urbanistico, del fabbisogno di parcheggio secondo i seguenti criteri:

- il fabbisogno di superficie da destinare a parcheggio è determinato moltiplicando il coefficiente di trasformazione in superficie di un posto parcheggio per il numero di posti parcheggio calcolati secondo i parametri della tabella sottoriportata;
- Il coefficiente di trasformazione in superficie (mq.) di ciascun posto a parcheggio è pari a:
 - mq. 26 comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati al piano di campagna;
 - mq. 28 comprensivo della viabilità interna e di accesso qualora situati nella struttura degli edifici o in apposite strutture pluripiano;

tipologie distributive	superficie di vendita	calcolo nel numero di posti parcheggio
MSAM2	401-900 mq.	$N=35+0,05(S-400)$
MSAM3	901-1.800	$N=60+0,10(S-900)$
MSAM4	1.801-2.500	$N=140+0,15(S-1.800)$
MSE3	901-1.800	$N=0,045S$
MSE4	1.801-2.500	$N=0,045S$
MCC	401-2.500	$NCC=N+N^{(*)}$

(*) N è calcolato sommando il fabbisogno di ciascuna delle medie strutture presenti nel centro commerciale $N^{(*)}=0,12 \times S^{(*)}$ dove $S^{(*)}$ è il totale della superficie di vendita degli altri negozi presenti nel centro

Per i centri commerciali al cui interno sono previsti pubblici esercizi o impianti destinati allo svago o al tempo libero, per una superficie utile complessiva non superiore al 20% della superficie di vendita del centro, il fabbisogno di posti parcheggio e la relativa superficie non subisce incrementi; per superfici eccedenti il suddetto 20% è obbligatorio un incremento del fabbisogno nella misura di un posto parcheggio per ogni 20mq.

In luogo del reperimento dei posti auto è anche ammessa la monetizzazione, con i criteri previsti per la monetizzazione di aree indicate nel PRG, nelle seguenti fattispecie:

- nel centro storico (A1);
- negli addensamenti commerciali (A2 e A3) limitatamente alle medie strutture non aventi superficie di vendita superiore ai 900mq.

Le medie strutture superiori ai 900mq. devono dimostrare nella presentazione della domanda, oltre alla disponibilità adeguata dei parcheggi, anche quella di appositi spazi destinati alla movimentazione delle merci, e di aree di sosta per gli automezzi pesanti in attesa di scarico.

Le autorizzazioni per le nuove aperture, trasferimento di sede, variazione di superficie di vendita delle medie strutture, con superficie superiore ai 900mq., potranno essere rilasciate solo dopo una verifica favorevole dell'impatto sulla viabilità, effettuata dagli uffici tecnici comunali sulla base di una relazione da presentarsi in sede di domanda di autorizzazione.

D) Parametri numerici e/o localizzazioni commerciali

❖ Gli ambiti attuali e potenziali di insediamento delle attività commerciali vengono distinti, attraverso le norme regolamentari della regione e del comune, in:

- 1) addensamenti commerciali, costituiti da porzioni di territorio urbano, percepite come omogenee ed unitarie, che raggruppano un insieme di attività commerciali, ubicate a scala pedonale, all'interno delle quali il consumatore trova un insieme organizzato ed integrato di offerta commerciale;
- 2) localizzazioni commerciali, formate da zone urbane sedi attuali o potenziali di insediamenti commerciali ubicati all'esterno di addensamenti commerciali;
- 3) aree di lacuna del servizio commerciale, località individuate attraverso i seguenti parametri e criteri: sono parti del territorio comunale o

quartieri di edilizia residenziale pubblica con densità di popolazione superiore a 10ab/ha senza la presenza, in un ambito di ml 250 di almeno un mercato ambulante oppure un esercizio alimentare o misto con superficie di vendita maggiore o uguale a 250 mq. oppure di almeno 3 esercizi alimentari di superficie di vendita cumulata non inferiore a 100 mq. e 2 esercizi extra alimentari di superficie di vendita cumulata almeno pari a 150 mq. In tali aree è opportuno promuovere ed incentivare programmi integrati di rivitalizzazione idonei a garantire la permanenza di un adeguato servizio di vicinato anche attraverso l'insediamento di centri polifunzionali di servizi.

- 4) sul territorio sono inoltre individuabili aree di lacuna della tensione concorrenziale, aree nelle quali, tenuto conto delle rispettive capacità di attrazione (aree di influenza), non risulta realizzata la pluralità delle tipologie di strutture distributive (in sede fissa o su area pubblica), o nelle quali è formata la posizione dominante di un'impresa. La lacuna di competizione tra tipologie potrà essere riconosciuta, per iniziativa dell'amministrazione a seguito della definizione di un'opportuna metodologia condivisa dalla regione, anche tenendo conto delle eventuali esperienze applicative, delle modificazioni intervenute nel contesto economico del mercato ed in relazione ai conseguenti mutamenti delle caratteristiche degli ambiti commerciali locali. La posizione dominante è individuata dall'esame delle quote di mercato delle singole aziende applicando una metodologia condivisa dalla regione e dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Gli addensamenti e le localizzazioni commerciali urbane sono classificate come segue

Addensamenti commerciali

- A1 – addensamento commerciale del centro storico principale;
- A2 – addensamenti commerciali dei centri storici secondari consolidati;
- A3 – addensamenti commerciali forti delle aree periferiche;
- A4 – addensamenti commerciali minori o interstiziali.

Localizzazioni commerciali

- L1 – localizzazioni commerciali urbane non addensate;
- L2 – localizzazioni urbano-periferiche non addensate.

Le aree L1 sono le zone del tessuto urbano residenziale candidate ad ospitare nuove attività rivolte sia al servizio dei residenti, sia degli utenti attratti dalle grandi strutture di servizi polarizzanti e del traffico pendolare che confluisce sui grandi

nodì delle infrastrutture ferroviarie attuali ed in progetto e possono assumere una funzione integrativa degli addensamenti commerciali, in particolare se ubicate ai loro bordi e idonee ad accogliere medie strutture di vendita.

Le aree L2 sono le aree ubicate ai bordi del tessuto urbano residenziale, lambite preferibilmente da essi viari di I livello riconosciuti dal Piano Urbano del Traffico. Esse sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti e della mobilità generata dalle grandi infrastrutture del traffico viario e ferroviario nel quadro del processo di riqualificazione urbana; costituiscono l'ultima barriera all'evasione della domanda verso gli insediamenti extraurbani.

Sulla base della accennata classificazione, si prevede che le medie strutture di vendita possano insediarsi negli addensamenti e localizzazioni commerciali alle seguenti condizioni:

- **A1:** l'ingresso principale delle strutture compatibili con tale tipo di addensamento deve cadere esclusivamente all'interno dell'addensamento;
- **A2:** l'ingresso principale delle strutture compatibili deve essere ubicato ad una distanza (estensione dell'addensamento) non superiore a 150 ml (metri lineari) misurati a partire dalla mezzzeria della via o dal marciapiede della piazza che individuano l'addensamento. Qualora si verificasse una carenza di dinamica concorrenziale riferita, appunto, alle medie strutture di vendita, l'estensione dell'addensamento è da considerarsi, solo per queste, pari a 250 ml.;
- **A3:** l'ingresso principale deve essere ubicato ad una distanza non superiore a 150 ml misurati a partire dalla mezzzeria della via o dal marciapiede della piazza che individuano l'addensamento; tale distanza si estende per 500ml in direzione della periferia della città. In caso di carenza della dinamica concorrenziale, l'estensione dell'addensamento è da considerarsi pari a 250 ml;
- **A4:** l'ingresso principale delle strutture commerciali deve essere ubicato ad una distanza non superiore a 150 ml misurati a partire dalla mezzzeria della via o dal marciapiede della piazza che individuano l'addensamento. Qualora si verificasse una carenza nella dinamica concorrenziale, l'estensione dell'addensamento è da considerarsi pari 250 ml;
- **L1:** l'ingresso principale deve cadere esclusivamente all'interno della localizzazione commerciale;

- **L2:** l'ingresso principale deve cadere esclusivamente all'interno della localizzazione riconosciuta. Per ingresso principale, nel caso delle localizzazioni L2, si intendono anche gli accessi e le uscite veicolari che accumulino almeno il 30% del traffico convogliato o generato dalle aree di sosta proprie della localizzazione.

Le norme contenute nella variante al PRG della città di Torino indicano, per ogni addensamento commerciale (A1, A2, A3 e A4) e per ogni localizzazione commerciale urbana (L1 e L2), le seguenti compatibilità tipologico funzionali:

Tipologie	Sup. di vendita	Addensamenti			Localizzazioni	
		A1	A2/3	A4	L1	L2
Vicinato:	fino a 250mq.	si	si	si	si	si
MSAM1	251-400mq	si	si	si	si	si
MSAM2	401-900 mq.	si	si	si	si	si
MSAM3	901-1.800mq	no	si	no	si	si
MSAM4	1.801-2.500mq	no	si	no	si	si
MSE1	251-400mq	si	si	si	si	si
MSE2	401-900mq	si	si	si	si	si
MSE3	901-1.800mq	si	si	si	si	si
MSE4	1.801-2.500mq	no	si	si	si	si
MCC	251-2.500mq	si	si	si	si	no
GSM1	2.501-4.500mq	no	si	no	no	si
GSM2	4.501-7.500mq	no	no	no	no	no
GSM3	7.501-12.000mq	no	no	no	no	no
GSM4	>12.000mq	no	no	no	no	no
GSE1	2.501-3.500mq	no	si	no	no	si
GSE2	3.501-4.500mq	no	no	no	no	no
GSE3	4.501-6.000mq	no	no	no	no	no
GSE4	>6.000mq	no	no	no	no	no
GCC1	fino a 6.000mq	si	si	no	no	si
GCC2	6.001-12.000mq	no	si	no	no	si
GCC3	12.001-18.000mq	no	no	no	no	no
GCC4	>18.000mq	no	no	no	no	no

Le compatibilità sopra illustrate costituiscono vincolo inderogabile in sede di nuova apertura, di variazione della superficie di vendita, di trasferimento degli esercizi commerciali, di modifica o aggiunta di settore merceologico e di rilascio di concessione o autorizzazione edilizia relativa agli insediamenti commerciali.

Unica eccezione è rappresentata dal fatto che a completamento dell'offerta alimentare o non alimentare nelle medie e grandi strutture di vendita, e senza ampliare la complessiva superficie di vendita, può essere prevista anche l'offerta di altro settore merceologico purché non occupi complessivamente una superficie superiore ai 100 mq; tale completamento è soggetto alla sola comunicazione accompagnata dalla sottoscrizione di un atto unilaterale volto a garantire il rispetto della norma.



Grandi strutture di vendita**A) Classificazione tipologica
e/o classificazioni territoriali****❖ Le grandi strutture di vendita sono suddivise
nel seguente modo:**

Offerta commerciale mista:

- **G-SM1:** da 2.501 a 4.500mq;
- **G-SM2:** da 4.501 a 7.500mq;
- **G-SM3:** da 7.501 a 12.000mq;
- **G-SM4:** oltre i 12.000mq.

Offerta commerciale non alimentare:

- **G-SE1:** da 2.501 a 3.500mq;
- **G-SE2:** da 3.500 a 4.500mq;
- **G-SE3:** da 4.501 a 6.000mq;
- **G-SE4:** oltre i 6.000mq

Centri commerciali:

- **G-CC1:** fino a 6.000mq;
- **G-CC2:** da 6001 a 12.000mq;
- **G-CC3:** da 12.000 a 18.000mq;
- **G-CC4:** oltre i 18.000mq

B) Criteri qualitativi

❖ Le norme comunali non prevedono particolari criteri qualitativi per gli esercizi di grande distribuzione.

C) Standard urbanistici

❖ In relazione a quanto già riportato alla lettera C) del numero 4, si completa la tabella contenente i parametri relativi al fabbisogno di parcheggio per le grandi strutture di vendita:

tipologia	superficie di vendita	metodo di calcolo del num. posti parcheggio
GSM1	2.501-4.500	$N=245+0,20(S-2.500)$
GSE1	2.501-3.500	$N=40+0,08(S-900)$
GSE2	3.501-4.500	$N=40+0,08(S-900)$
GCC1	fino 6.000	$NCC=N+N^A$
GCC2	6.001-12.000	$NCC=N+N^A$

D) Parametri numerici**e/o localizzazioni commerciali**

❖ Si fa riferimento a quanto descritto nelle tabelle e nelle classificazioni territoriali elencate alla lettera D) del numero 4. Si aggiunge che l'insediamento di grandi strutture, qualora non rientri in Progetti di qualificazione urbana (cui in seguito si accennerà) è assoggettato alla presentazione di uno specifico progetto che evidenzi le coerenze con le caratteristiche morfologiche ed ambientali dell'area e che si inserisca in eventuali iniziative già previste dall'amministrazione.

**Progetti per il centro storico
e/o di qualificazione urbana**

❖ Il comune, al fine di preservare, sviluppare e potenziare la funzione del commercio, anche con riferimento al contributo che esso fornisce alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, promuove la realizzazione di progetti e programmi, anche di natura urbanistico- edilizia, volti alla riqualificazione e allo sviluppo del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine, dell'identità urbana e della riqualificazione urbana.

Il comune approva con apposito atto deliberativo i suddetti progetti, congiuntamente ad un apposito programma di attuazione che deve contenere, tra l'altro, anche i tempi e le modalità di realizzazione degli interventi, i soggetti pubblici e privati attori del progetto, il dettagliato piano finanziario, ed emana apposito provvedimento contenente le indicazioni programmatiche e procedurali relative all'attuazione degli stessi.

Le norme comunali e regionali prevedono, nell'ambito delle finalità più sopra accennate, le seguenti tipologie di intervento:

- progetti di qualificazione urbana (PQU) delle aree di addensamento commerciale;
- progetti integrati di rivitalizzazione (PIR);
- progetti di miglioramento (PM) degli insediamenti commerciali minori;
- progetti di rilancio della dinamica concorrenziale (PRDC).

I **progetti di qualificazione urbana** possono essere promossi su porzioni di tutto il territorio comunale, interessate dalla presenza di insediamenti commerciali, denominate "luoghi del commercio" o, se ne hanno i requisiti, "centri commerciali naturali", e devono comprendere, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche le aree di mercato per l'attività di commercio su area pubblica, i pubblici esercizi, le attività turistico-ricettive e di intrattenimento e svago, e di artigianato di servizio.

Nei centri attrattori di aree di programmazione commerciale, centro metropolitano e altri poli della rete primaria, i progetti di qualificazione urbana, qualora estesi agli interi addensamenti commerciali, affinché gli stessi siano considerati come un sottosistema urbano, possono essere realizzati in più fasi.

I progetti di qualificazione urbana possono prevedere interventi a carattere strutturale, che a titolo esemplificativo sono i seguenti:

- a) creazione di parcheggi pubblici o privati pluripiano o interrati;
- b) rifacimento di illuminazione pubblica;
- c) ripavimentazione di vie e piazze;
- d) pedonalizzazione e moderazione del traffico, lungo vie e piazze, contestualmente ad altre adeguate ristrutturazioni del sistema del traffico urbano;
- e) ristrutturazione delle reti dei trasporti pubblici urbani ed extraurbani;
- f) realizzazione di piantumazioni, alberate, aree da destinare a verde pubblico di livello locale;
- g) realizzazioni di arredi urbani, tali da ottenere un miglioramento della visibilità, dell'identità e delle forme di richiamo nell'ambito dell'insediamento commerciale;
- h) recupero di facciate dotate di valori storici e culturali;
- i) recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
- j) recupero di piazze e spazi pubblici da destinare ad aree mercatali per l'attività di commercio su area pubblica, alle attività commerciali, o a luoghi di esposizioni, di mostre e di attività culturali a carattere non permanente;
- k) creazione di spazi per l'insediamento delle attività commerciali;
- l) creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e di svago;
- m) ogni altro intervento ritenuto idoneo alla riqualificazione economica ed urbana.

Al fine di incentivare gli interventi a carattere strutturale, il miglioramento e l'inserimento di attività commerciali, i comuni possono prevedere abbattimenti degli oneri di urbanizzazione e stabilire la quota del contributo del costo di costruzione.

Con l'adozione dei progetti di qualificazione urbana, allo scopo di rivitalizzare e tutelare lo sviluppo locale della rete distributiva, i comuni possono:

- a) esonerare l'attivazione delle medie strutture di vendita, entro il limite consentito dalla tabella delle compatibilità di cui sopra, dalla verifica degli standard a parcheggio, sempre che siano garantiti nell'ambito territoriale, oggetto del progetto di qualificazione urbana, adeguati parcheggi pubblici e privati esistenti o in progetto;
- b) esonerare del tutto, o in ambiti delimitati, dall'obbligo di chiusura domenicale e festiva;

- c) esonerare del tutto, o in ambiti delimitati, dall'obbligo di chiusura infrasettimanale;
- d) disciplinare l'apertura notturna degli esercizi con maggiore ampiezza rispetto agli altri addensamenti urbani;
- e) prevedere lo sviluppo di idonee merceologie, attraverso appositi studi di mercato, per innalzare la qualità degli addensamenti commerciali;
- f) prevedere l'organizzazione di idonee aree pubbliche da destinarsi alla realizzazione di forme di mercato su area pubblica integrative, complementari e/o sostitutive del commercio al dettaglio in sede fissa;
- g) disporre il divieto di vendita di determinate merceologie, qualora questo costituisca un grave ed evidente contrasto con la tutela dei valori artistici, culturali, storici ed ambientali locali, sempre che ciò non inibisca lo sviluppo del commercio e della libera concorrenza fra varie tipologie commerciali;
- h) stabilire priorità o obblighi di contestualità di realizzazione delle iniziative programmate;
- i) sottoporre le comunicazioni di apertura degli esercizi di vicinato alle procedure di valutazione di impatto;
- j) escludere gli esercizi commerciali esistenti dalle possibilità previste dalle norme comunali e regionali in relazione al trasferimento ed accorpamento in altre zone di insediamento commerciale.

I progetti di qualificazione urbana possono usufruire di finanziamenti a valere su fondi pubblici all'uopo destinati; è data priorità ai progetti che prevedano valide alternative alle gravitazioni extraurbane. La Giunta regionale, a tal fine, nel rispetto dello specifico articolo della legge regionale sul commercio, adotta i criteri per il riparto dei finanziamenti e le altre priorità per il raggiungimento degli obiettivi del D. Lgs. n. 114/1998.

La realizzazione degli interventi previsti può essere attuata con l'impiego di risorse finanziarie pubbliche e private, anche attraverso società a capitale misto da costituire a tale scopo.

Al fine di superare situazioni di lacuna del servizio commerciale il comune adotta specifici Progetti integrati di rivitalizzazione.

Per favorire, invece, il miglioramento dei fronti commerciali e dell'organizzazione degli spazi espositivi contigui, gruppi di soggetti interessati possono sottoporre all'approvazione del comune Progetti di miglioramento degli insediamenti commerciali minori.

Al fine poi di rilanciare la dinamica concorrenziale, quando si verifichi lacuna di competizione tra tipologie di strutture distributive o che una sola azienda occupi una posizione dominante sul mercato delle medie strutture di vendita o su quello delle grandi strutture di vendita, al fine di favorire il rilancio della dinamica concorrenziale, il comune adotta specifici Progetti di rilancio della dinamica concorrenziale.

I progetti devono essere redatti in modo tale da dimostrare che l'intervento, oltre a risolvere i problemi di carattere strutturale che ne sono alla base, risolva i problemi di impatto urbanistico ed eventualmente si inserisca organicamente in un Progetto di qualificazione urbana.

Tali progetti verranno adottati mediante uno strumento urbanistico esecutivo.

Nel biennio 2000/2001 il Comune di Torino ha attivato i seguenti programmi di riqualificazione della rete commerciale che prevedono finanziamenti per interventi, sia pubblici che privati, sulle seguenti aree.

Anno 2000

PQU "Campidoglio"

Centro commerciale naturale riconosciuto dal 1999

Del. G.C. 6733/16 del 25.7.00 di approvazione del PQU

Intervento pubblico Ristrutturazione mercato C.so Svizzera

Valore: 3,6 mld

Finanziamento: 900 ml

Progetto Divisione Ambiente e Mobilità

Inizio lavori giugno 2001

Intervento privato Vetrine, insegne, ecc.

Valore: 819 ml

Finanziamento: 314 ml



Urbanistica commerciale

❖ I luoghi del commercio (addensamenti commerciali o altri aggregati di offerta), sulla base della normativa della Regione e della città di Torino, si distribuiscono secondo differenti modelli di localizzazione, che dipendono dalle modalità con cui si sono sviluppati i sistemi urbani, dal sistema della viabilità, dal comportamento del consumatore e dalla dinamica concorrenziale. La coesistenza in ambiti urbani ristretti di punti di vendita differenti per dimensione, offerta merceologica e politica commerciale, contribuisce al potenziamento di tali ambiti, favorendo la maggiore produttività del sistema, l'informazione al consumatore e lo sviluppo della dinamica concorrenziale.

La concertazione e il coordinamento degli atti della programmazione tra i diversi livelli di governo della Regione favoriscono lo sviluppo della libera concorrenza:

- determinando tipologie di strutture distributive caratterizzate da ampi margini di sostituibilità;

Anno 2001

La città ha stanziato 500 ml come fondo integrativo a quello regionale destinati a:

- interventi pubblici non finanziabili altrimenti
- PQU non finanziati dalla Regione Piemonte
- interventi di operatori privati esclusi dai finanziamenti regionali

PIR Falchera

Del. G.C. 6733/16 del 25.7.00

Intervento pubblico Ristrutturazione piazza

Progetto Città di Torino - Progetto Speciale Periferie

Valore: 3 mld circa

Finanziamento richiesto: 900 ml

PQU Borgo Dora

Intervento pubblico Rifacimento pavimentazione

Progetto Settore Arredo e Immagine Urbana

Valore: 4,5 mld circa

Finanziamento richiesto: 900 ml

Intervento privato Collaborazione The Gate - Vetrine, insegne, ecc.

PQU C.so Vercelli

Intervento pubblico Ristrutturazione mercato P.zza Crispi

Progetto Incarico di consulenza a professionista esterno - Prog. Spec. periferie

Valore: 3,5 mld

Finanziamento richiesto: 900 ml

Intervento privato Vetrine, insegne, serrande, dipinti, ecc.

PQU S. Salvario

Intervento pubblico Rifacimento illuminazione

Progetto A.E.M. - Divisione Ambiente e Mobilità

Valore: 430 ml

Finanziamento richiesto: 40%

Intervento privato Coordinato da CICSENE - Agenzia per lo sviluppo del quartiere
Vetrine, insegne, ecc.

- b) individuando i mercati geografici principali (criteri di localizzazione e aree di influenza) in relazione alle caratteristiche dell'offerta e al comportamento dei consumatori;
- c) regolando gli effetti delle esternalità negative, nonché favorendo lo sviluppo di esternalità positive.

Il piano regolatore generale comunale, nell'ambito di ciascuna zona di insediamento commerciale, individua e norma le aree e gli spazi da destinare a parcheggi pubblici e privati, funzionali agli impianti commerciali preesistenti e previsti e prevede norme ed interventi adeguati all'organizzazione del sistema del traffico urbano ed extraurbano.

I Comuni, contestualmente alla formazione di nuovi piani regolatori generali o nel loro adeguamento ai sensi dell'articolo 6, comma 5 del D.Lgs. n. 114/1998, devono integrare i regolamenti edilizi ed i regolamenti di polizia locale con specifiche disposizioni relative al decoro e all'arredo urbano degli addensamenti commerciali urbani A.1., A.2., A.3. (addensamenti storici rilevanti, addensamenti storici secondari e addensamenti commerciali urbani forti), con particolare riferimento alla sistemazione dei fronti commerciali, all'organizzazione edilizia degli spazi espositivi sul fronte strada, all'utilizzo di materiali di finitura, alla definizione delle tipologie delle insegne pubblicitarie e all'analisi degli elementi da evitare ai fini del decoro urbano.

La città di Torino ha quindi predisposto un adeguamento del PRGC in cui sono individuati o individuabili gli ambiti da destinare ai nuovi insediamenti, utilizzando l'urbanistica quale strumento privilegiato di orientamento e di controllo delle dinamiche commerciali locali.

La variante al piano regolatore prevede:

- la classificazione delle attività commerciali;
- l'applicazione piena ed immediata delle soglie dimensionali per le superfici di vendita previste dalla tabella di compatibilità tipologico-funzionale, relativamente alle attività commerciali da realizzare nelle Zone Urbane di Trasformazione (ZUT) e nelle Aree da Trasformare per Servizi (ATS) comprese negli addensamenti e nelle Localizzazioni riconosciute o riconoscibili;
- la possibilità di insediare attività commerciali al dettaglio di medie dimensioni fino ad un limite di 1.800mq. relativamente ai tessuti consolidati compresi negli addensamenti A1, A2, A3 e A4 o nelle localizzazioni L1 riconosciute o riconoscibili.

Più specificatamente, l'iter seguito dalla città di Torino per l'adeguamento dei propri strumenti urbanistici ai principi dettati dal D.Lgs. 31 marzo 1998, n.114 è stato il seguente:

Il Consiglio Comunale della città di Torino, con Deliberazione n. 82 del 18 maggio 2000, ha approvato i "Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e per il rilascio delle autorizzazioni per l'esercizio del commercio al dettaglio su aree private", rinviando a successivo provvedimento l'adeguamento del P.R.G.: sulla base di tali criteri è stato possibile autorizzare medie strutture di vendita nel rispetto dei termini di legge, purché il loro insediamento fosse conforme alle previsioni del PRG allora vigente.

Il documento contenente i criteri, anche in base ai dati raccolti ed analizzati, relativi allo stato della rete commerciale sul territorio, individua le aree per lo sviluppo del commercio, distinte in addensamenti (porzioni di territorio urbano, percepite come omogenee e unitarie, che raggruppano un insieme di attività commerciali, ubicate a scala pedonale, all'interno delle quali il consumatore trova un insieme organizzato e integrato di offerta commerciale), e localizzazioni (zone urbane sedi attuali o potenziali di insediamenti commerciali ubicati all'esterno di addensamenti commerciali).

Oltre alle localizzazioni espressamente individuate (L1, localizzazioni urbane non addensate, ed L2, localizzazioni urbano-periferiche non addensate), evidenziate sulla planimetria allegata al documento, viene fatta salva la possibilità di riconoscere altre localizzazioni di tipo L1, qualora si presentino le condizioni previste dai "Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e per il rilascio delle autorizzazioni all'esercizio del commercio al dettaglio su aree private". Viene inoltre prevista una maggiore possibilità di espansione del commercio nelle cosiddette "aree di lacuna del servizio commerciale" ed "aree di lacuna della dinamica concorrenziale".

A ciascuna tipologia di addensamento (A1, A2, A3 e A4) e di localizzazione (L1 e L2) corrisponde una compatibilità tipologico-funzionale dello sviluppo del commercio, sintetizzata in apposita tabella, indicante per ciascun ambito di insediamento commerciale le tipologie di strutture distributive consentite.

Oltre alle compatibilità tipologico-funzionali vengono definiti i criteri di compatibilità urbanistica: destinazioni d'uso, standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta, salvaguardia

dei beni culturali e ambientali, regolamentazione delle aree di sosta e impatto sulla viabilità.

I nuovi criteri di compatibilità commerciale dovevano però altresì essere verificati alla luce della struttura del P.R.G. vigente, approvato con delibera della Giunta Regionale n. 3 45091 del 21 aprile 1995, che suddivideva il territorio in raggruppamenti di aree con diverse caratteristiche.

Per quanto riguarda la disciplina degli usi commerciali, il P.R.G. vigente presentava un'impostazione che richiedeva di essere adeguata ai nuovi principi generali (definizioni e soglie dimensionali, ecc), introdotti dal complesso della normativa citata.

In particolare nelle N.U.E.A. del P.R.G., all'art. 3, comma 8, punto 4 "Attività commerciali" erano definite due categorie per la vendita al dettaglio:

- grandi strutture di vendita (oltre 1500 mq di superficie per la vendita o 3000 mq S.L.P.);
- attività commerciali al dettaglio.

Nelle Zone Urbane Consolidate e in particolare nelle aree normative R1, R2, R3, R4, R5, R9, M1 e MP venivano consentite le attività commerciali al dettaglio (fino a 1500 mq di superficie di vendita o 3000 mq di S.L.P.).

Era prevista, inoltre, una specifica area normativa CO nella quale erano consentite le "grandi strutture di vendita" (oltre 1500 mq di superficie di vendita o 3000 mq S.L.P.).

Il P.R.G., poi, definiva l'Attività di Servizio alle Persone e alle Imprese (A.S.P.I.) come un mix di funzioni, tra le quali includeva anche le attività di commercio al dettaglio (fino a 1500 mq di superficie per la vendita o 3000 mq S.L.P.).

Inoltre, all'interno delle Zone Urbane di Trasformazione (Z.U.T.) e delle aree da Trasformare per Servizi (A.T.S.) in genere, era sempre ammessa una quota di Attività di Servizio alle Persone e alle Imprese (A.S.P.I.).

Coerentemente con gli indirizzi contenuti nel già citato provvedimento, approvato dal Consiglio Comunale ("Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e per il rilascio delle autorizzazioni per l'esercizio del commercio al dettaglio su aree private"), la Variante n. 31 al Piano Regolatore Generale, ai sensi della L.R. 56/77 e s.m.i. (approvata definitivamente con deliberazione del Consiglio Comunale 4 febbraio 2002, n. 14), ha previsto:

A. l'adeguamento della classificazione delle attività commerciali al dettaglio ai sensi dell'art. 4,

comma 1 lettere d) e) f) del decreto legislativo n° 114/98 per il quale gli esercizi commerciali per la vendita al dettaglio sono così classificati:

- esercizi di vicinato (esercizi con superficie di vendita fino a mq 250);
- medie strutture di vendita (esercizi con superficie di vendita compresa tra mq 251 e mq. 2500);
- grandi strutture di vendita (esercizi con superficie di vendita oltre mq. 2500).

B. l'applicazione piena e immediata delle soglie dimensionali per le superfici di vendita previste dalla tabella di compatibilità tipologico-funzionale, relativamente alle attività commerciali da realizzare nelle Zone Urbane di Trasformazione (Z.U.T.) e nelle Aree da Trasformare per Servizi (A.T.S.) ricomprese negli addensamenti e localizzazioni riconosciute o riconoscibili;

C. la possibilità di insediare attività commerciali al dettaglio di medie dimensioni fino a un massimo di 1800 mq di superficie di vendita (ovvero mq 3000 S.L.P.) relativamente ai tessuti consolidati ricompresi negli addensamenti A1, A2, A3 e A4 o nelle localizzazioni L1 riconosciute o riconoscibili (precedentemente il P.R.G. consentiva una superficie di vendita fino a un massimo di mq. 1500).

D. l'introduzione di una ulteriore area normativa, denominata Cc, Commercio Compatibile, in zone consolidate, nella quale consentire l'insediamento di attività commerciali eccedenti la soglia di cui al punto "C", assumendo per tali aree le soglie previste dalla "Tabella di compatibilità tipologico-funzionale", fermo restando la compatibilità con le quantità, le destinazioni d'uso e le prescrizioni (parametri, indici di edificabilità, ecc.) previste dal Piano Regolatore Generale.

Il presupposto per il riconoscimento di tali aree è dato dall'esistenza di particolari condizioni edilizie-urbanistiche (destinazioni e caratteristiche dei fabbricati esistenti, conformazione degli isolati, ecc.) che configurano un tessuto urbano potenzialmente compatibile con tipologie distributive di media-grande struttura (superiori a 1800 mq di superficie di vendita), nel rispetto dei parametri urbanistico-edilizi di zona.

La Variante 31 individua soltanto un'area con tali caratteristiche. Ulteriori aree, individuate come area normativa Cc mediante successivi

provvedimenti, potranno essere riconosciute qualora si verificassero le condizioni edilizie e urbanistiche sopra richiamate.

- E. l'integrazione delle Norme Urbanistiche Edilizie di Attuazione (N.U.E.A.) del P.R.G. con il nuovo allegato "C" (Criteri per il rilascio delle autorizzazione per l'esercizio del Commercio al dettaglio) che presenta gli stessi contenuti dell'analogo documento già approvato del Consiglio Comunale (Delibera n. 82/2000) e li assume, adeguandoli, come contenuti di P.R.G.

In termini generali, pertanto, ai fini dell'inseadimento di nuove attività commerciali si dovrà verificare la conformità alle destinazioni d'uso e alle prescrizioni (parametri, indici di edificabilità, ecc.) previste dal P.R.G., e quindi, in primo luogo, l'ammissibilità delle superfici di vendita rispetto alla tabella di compatibilità tipologico-funzionale dell'allegato C.

Dell'allegato C fanno anche parte le due tavole, già allegate al documento approvato dal Consiglio Comunale il 18/05/2000: Tavola 1 "Ambiti di insediamento commerciale ai sensi del D. Lgs. 114/98 e L. R. n. 28/99, scala 1:20000", e Tavola 2 "Aree di lacuna e di copertura del servizio commerciale di prossimità, scala 1:20000".

Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

❖ La regione Piemonte ed il Comune di Torino hanno dedicato ampio spazio ai temi della concorrenza e dell'equilibrio del settore. Dotandosi di strumenti concreti, funzionali all'analisi, al controllo e alla guida delle dinamiche legate al corretto gioco della concorrenza, in relazione allo sviluppo del settore ed alle variazioni degli indicatori della domanda.

Il principio cardine su cui regione e comune hanno impostato il congegno economico-normativo che disciplina gli aspetti relativi alla concorrenza, è quello in base al quale l'apertura, il trasferimento e la variazione della superficie di vendita degli esercizi commerciali non è soggetta ad alcuna limitazione quantitativa, per comune e per zona, fatto salvo il rispetto dei principi contenuti nell'articolo 41 della Costituzione e nella Legge n. 287/1990.

È considerata inoltre in sintonia con l'utilità sociale e funzionale al conseguimento dell'obietti-

vo di promozione della concorrenza, la realizzazione delle tipologie distributive consistenti in esercizi di vicinato, ed esercizi polifunzionali. Negli altri casi, il contrasto con l'utilità sociale è determinato valutando le esternalità negative e gli altri analoghi effetti indotti, quali ad esempio: il grave intralcio al sistema del traffico, l'inquinamento ambientale (anche acustico, in prossimità delle residenze), evidenti effetti negativi sulla produttività del sistema, effetti restrittivi sulla concorrenza nell'area di programmazione commerciale

La programmazione della rete distributiva assume come propri riferimenti fondamentali:

- a) il comportamento del consumatore;
- b) la dinamica concorrenziale che si sviluppa tra sottosistemi e tra unità del sistema commerciale.

Il comportamento del consumatore indica che:

- a) la programmazione commerciale deve individuare agglomerazioni di offerta tendenzialmente completa (addensamenti), in grado di rispondere compiutamente alle preferenze che il consumatore, tenuto conto del suo luogo di residenza, esprime con riferimento a quella determinata zona;
- b) le dimensioni dei punti di vendita, che contribuiscono alla definizione delle tipologie di strutture distributive e alla formazione dei rapporti di forza sul mercato, devono essere tali da consentire una pluralità di alternative di scelta, sia tra le zone di addensamento commerciale e tra le altre località di concentrazione dell'offerta, sia tra le diverse tipologie di strutture distributive;
- c) le condizioni di accessibilità e di sosta gratuita contribuiscono in misura determinante alla formazione delle preferenze del consumatore; pertanto, anche al fine di facilitare il recupero delle piccole e medie imprese, si devono promuovere iniziative idonee a rendere equivalenti tali condizioni tra l'ambito urbano e l'ambito extraurbano.

Dall'analisi della concorrenza emerge che:

- a) le caratteristiche essenziali di un mercato concorrenziale sono: la flessibilità, l'innovazione e l'allocazione ottimale delle risorse, nell'interesse del consumatore e del sistema economico complessivo;
- b) un mercato concorrenziale richiede che:
 - 1) non esistano barriere all'entrata, intese come i vincoli normativi e le difficoltà econo-

miche e tecnologiche, che impediscono o l'avvio dell'attività o lo sviluppo di un concorrente nell'ambito di uno specifico mercato;

- 2) non siano presenti, e durature, posizioni dominanti di una o poche imprese nei confronti di tutte le altre; per posizione dominante si intende la condizione di un'impresa che sia in grado di modificare i prezzi in modo da rendere massimo il proprio profitto, a scapito del consumatore, senza che tale comportamento modifichi apprezzabilmente la sua quota di mercato;
- 3) nessuno possa produrre ed utilizzare a proprio vantaggio le esternalità negative; sono esternalità negative i costi sociali generati dall'attività dell'impresa, che non essendo quantificati non hanno influenza nella determinazione dei suoi prezzi;

Il mercato, ai fini dello studio della concorrenza, è concettualmente distinto da altre nozioni economiche (di mercato, industria, settore), ed è rappresentato dal contesto nel cui ambito si possono sviluppare azioni dannose allo sviluppo della libera concorrenza; tale contesto si individua sia in termini merceologici (prodotto), sia in termini geografici (mercato geografico del prodotto);

Il prodotto che si considera nel caso del commercio al dettaglio è rappresentato da aggregazioni di tipologie distributive considerate tra loro sostituibili; si considerano sostituibili le tipologie distributive che i consumatori, quando effettuano le loro scelte, pongono l'una in alternativa all'altra, e quelle che sono in grado di modificare la propria offerta, con costi e in tempi limitati, ed inserirsi con successo sul mercato di altre, avendo un rapporto prezzo/qualità/servizio più favorevole ai consumatori;

Il mercato geografico del prodotto è definito dall'ambito territoriale entro il quale si esauriscono le possibilità di scelta dei consumatori ed il confronto dell'offerta tra imprese; esso varia, quindi, da prodotto a prodotto, al variare delle tipologie distributive che si considerano sostituibili;

Gli addensamenti commerciali, ed in modo particolare i mercati e i centri commerciali su area pubblica, costituiscono un aggregato di offerta che incide nella formazione dei prezzi e rientra tra le alternative di scelta considerate dal consumatore. La dimensione degli addensamenti commerciali, la dimensione dei mercati su area pubblica, e la dimensione dei singoli punti di vendita che

compongono gli addensamenti, rientrano tra gli elementi da considerare nella valutazione delle posizioni dominanti, per la promozione e per la tutela della dinamica concorrenziale.

Le decisioni motivate da esigenze di tutela della dinamica concorrenziale si assumono applicando una metodologia di analisi delle posizioni dominanti verificata con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato. ●

Consistenze									
TORINO	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	338	847	1.925	316	820	1.883	-6,5%	-3,2%	-2,2%
Non specializzati	130	242	373	113	211	319	-13,1%	-12,8%	-14,5%
Non specializzati prevalenza alimentare	714	1.826	5.263	785	1.971	5.409	9,9%	7,9%	2,8%
Non specializzati prevalenza non alimentare	182	275	455	204	313	477	12,1%	13,8%	4,8%
Frutta e verdura	136	338	819	139	345	821	2,2%	2,1%	0,2%
Carne e prodotti a base di carne	620	1.438	2.773	603	1.399	2.692	-2,7%	-2,7%	-2,9%
Pesci, crostacei, molluschi	49	90	166	49	87	165	0,0%	-3,3%	-0,6%
Pane, pasticceria, dolciumi	423	743	1.283	414	725	1.283	-2,1%	-2,4%	0,0%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	42	119	453	40	119	449	-4,8%	0,0%	-0,9%
Tabacco e altri generi di monopolio	340	728	1.642	352	772	1.714	3,5%	6,0%	4,4%
Altri esercizi specializzati alimentari	674	1.313	1.997	600	1.184	1.829	-11,0%	-9,8%	-8,4%
Farmacie	273	621	1.475	273	638	1.505	0,0%	2,7%	2,0%
Articoli medicali e ortopedici	57	102	192	62	110	205	8,8%	7,8%	6,8%
Cosmetici e articoli di profumeria	417	838	1.499	439	855	1.528	5,3%	2,0%	1,9%
Prodotti tessili e biancheria	228	471	1.066	217	449	1.019	-4,8%	-4,7%	-4,4%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	2.144	4.196	8.088	2.138	4.219	8.175	-0,3%	0,5%	1,1%
Calzature e articoli in cuoio	385	803	1.631	397	812	1.642	3,1%	1,1%	0,7%
Mobili, casalinghi, illuminazione	816	1.570	3.140	827	1.592	3.147	1,3%	1,4%	0,2%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	416	782	1.498	450	842	1.578	8,2%	7,7%	5,3%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	459	1.234	2.374	477	1.273	2.462	3,9%	3,2%	3,7%
Libri, giornali, cartoleria	890	1.723	3.150	884	1.715	3.146	-0,7%	-0,5%	-0,1%
Altri esercizi specializzati non alimentari	2.140	4.586	8.595	2.134	4.554	8.584	-0,3%	-0,7%	-0,1%
Articoli di seconda mano	114	152	277	115	160	280	0,9%	5,3%	1,1%
TOTALE	11.987	25.037	50.134	12.028	25.165	50.312	0,3%	0,5%	0,4%

Aperture per merceologia

TORINO		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Alim. e non alim.	Esercizi	47	129	312	49	125	290	4,3%	-3,1%	-7,1%
	Mq. vendita	5.883	15.692	28.161	3.575	9.384	19.259	-39,2%	-40,2%	-31,6%
Alimentare	Esercizi	195	366	798	210	404	797	7,7%	10,4%	-0,1%
	Mq. vendita	8.280	16.075	37.156	7.905	16.133	38.026	-4,5%	0,4%	2,3%
Non alimentare	Esercizi	888	1.743	3.591	1.031	2.018	3.616	16,1%	15,8%	0,7%
	Mq. vendita	60.231	127.148	255.463	66.298	145.365	266.616	10,1%	14,3%	4,4%
Non rilevabile	Esercizi	4	4	4				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	13	37	80	13	35	81	0,0%	-5,4%	1,3%
	Mq. vendita	486	1.629	2.764	532	10.456	12.177	9,5%	541,9%	340,6%
TOTALE	Esercizi	1.147	2.279	4.785	1.303	2.582	4.784	13,6%	13,3%	0,0%
	Mq. vendita	74.880	160.544	323.544	78.310	181.338	336.078	4,6%	13,0%	3,9%
Medio										
Alim. e non alim.	Esercizi	7	16	52	22	62	110	214,3%	287,5%	111,5%
	Mq. vendita	4.013	9.666	35.759	11.653	31.851	61.300	190,4%	229,5%	71,4%
Alimentare	Esercizi	2	2	5	-	-	6	-	-	20,0%
	Mq. vendita	849	849	2.667	-	-	3.684	-	-	38,1%
Non alimentare	Esercizi	4	13	44	3	8	38	-25,0%	-38,5%	-13,6%
	Mq. vendita	2.240	7.870	26.811	2.025	4.134	26.750	-9,6%	-47,5%	-0,2%
TOTALE	Esercizi	13	31	101	25	70	154	92,3%	125,8%	52,5%
	Mq. vendita	7.102	18.385	65.237	13.678	35.985	91.734	92,6%	95,7%	40,6%
Grande										
Alim. e non alim.	Esercizi	-	-	2	1	2	6	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	9.903	8.990	18.354	35.342	-	-	256,9%
Alimentare	Esercizi				-	-	1	-	-	-
	Mq. vendita				-	-	2.239	-	-	-
Non alimentare	Esercizi	-	1	2	-	4	8	-	300,0%	300,0%
	Mq. vendita	-	1.500	4.500	-	3.376	15.841	-	125,1%	252,0%
TOTALE	Esercizi	-	1	4	1	6	15	-	500,0%	275,0%
	Mq. vendita	-	1.500	14.403	8.990	21.730	53.422	-	1348,7%	270,9%
TOTALE										
Alim. e non alim.	Esercizi	54	145	366	72	189	406	33,3%	30,3%	10,9%
	Mq. vendita	9.896	25.358	73.823	24.218	59.589	115.901	144,7%	135,0%	57,0%
Alimentare	Esercizi	197	368	803	210	404	804	6,6%	9,8%	0,1%
	Mq. vendita	9.129	16.924	39.823	7.905	16.133	43.949	-13,4%	-4,7%	10,4%
Non alimentare	Esercizi	892	1.757	3.637	1.034	2.030	3.662	15,9%	15,5%	0,7%
	Mq. vendita	62.471	136.518	286.774	68.323	152.875	309.207	9,4%	12,0%	7,8%
Non rilevabile	Esercizi	4	4	4				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	13	37	80	13	35	81	0,0%	-5,4%	1,3%
	Mq. vendita	486	1.629	2.764	532	10.456	12.177	9,5%	541,9%	340,6%
TOTALE	Esercizi	1.160	2.311	4.890	1.329	2.658	4.953	14,6%	15,0%	1,3%
	Mq. vendita	81.982	180.429	403.184	100.978	239.053	481.234	23,2%	32,5%	19,4%

Aperture per tipologia										
TORINO		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE (*)	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Concentrazione	Esercizi	-	-	1	-	-	1	-	-	0,0%
	Mq. vendita	-	-	10	-	-	50	-	-	400,0%
Nuovo esercizio	Esercizi	688	2.272	4.143	1.289	2.556	4.109	87,3%	12,5%	-0,8%
	Mq. vendita	44.928	160.160	270.561	77.195	179.436	282.559	71,8%	12,0%	4,4%
Subingresso	Esercizi	459	7	641	14	26	674	-96,9%	271,4%	5,1%
	Mq. vendita	29.952	384	52.973	1.115	1.902	53.469	-96,3%	395,3%	0,9%
TOTALE	Esercizi	1.147	2.279	4.785	1.303	2.582	4.784	13,6%	13,3%	0,0%
	Mq. vendita	74.880	160.544	323.544	78.310	181.338	336.078	4,6%	13,0%	3,9%
Medio										
Concentrazione	Esercizi	-	-	-	-	-	1	-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-	-	-	550	-	-	-
Nuovo esercizio	Esercizi	8	31	53	25	69	96	220,5%	122,6%	81,1%
	Mq. vendita	4.261	18.385	32.267	13.678	35.965	52.385	221,0%	95,6%	62,3%
Subingresso	Esercizi	5	-	48	-	1	57	-	-	18,8%
	Mq. vendita	2.841	-	32.970	-	20	38.799	-	-	17,7%
TOTALE	Esercizi	13	31	101	25	70	154	92,3%	125,8%	52,5%
	Mq. vendita	7.102	18.385	65.237	13.678	35.985	91.734	92,6%	95,7%	40,6%
Grande										
Nuovo esercizio	Esercizi	-	1	2	1	6	8	-	500,0%	300,0%
	Mq. vendita	-	1.500	6.408	8.990	21.730	25.500	-	1348,7%	297,9%
Subingresso	Esercizi	-	-	2	-	-	7	-	-	250,0%
	Mq. vendita	-	-	7.995	-	-	27.922	-	-	249,2%
TOTALE	Esercizi	-	1	4	1	6	15	-	500,0%	275,0%
	Mq. vendita	-	1.500	14.403	8.990	21.730	53.422	-	1348,7%	270,9%
TOTALE										
Concentrazione	Esercizi	-	-	1	-	-	2	-	-	100,0%
	Mq. vendita	-	-	10	-	-	600	-	-	5900,0%
Nuovo esercizio	Esercizi	696	2.304	4.198	1.315	2.631	4.213	88,9%	14,2%	0,4%
	Mq. vendita	49.189	180.045	309.236	99.863	237.131	360.444	103,0%	31,7%	16,6%
Subingresso	Esercizi	464	7	691	14	27	738	-97,0%	285,7%	6,8%
	Mq. vendita	32.793	384	93.938	1.115	1.922	120.190	-96,6%	400,5%	27,9%
TOTALE	Esercizi	1.160	2.311	4.890	1.329	2.658	4.953	14,6%	15,0%	1,3%
	Mq. vendita	81.982	180.429	403.184	100.978	239.053	481.234	23,2%	32,5%	19,4%

(*) dati stimati

Il SIT on line e il sistema GIS della città di Torino

Successivamente alle attività di analisi e pianificazione commerciale svolte tra il 1998 e il 1999, finalizzate alla stesura e approvazione dello strumento “Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e per il rilascio delle autorizzazioni all’esercizio del commercio al dettaglio in sede fissa del Comune di Torino”, quale applicazione delle norme contenute nel D.Lgs. 114/98 e nella L.R. 28/99, il Settore Attività Economiche, Produttive e di Servizio- Commercio, della Città di Torino, in collaborazione con il CSI Piemonte, ha realizzato lo sviluppo di un sistema informativo GIS mirato alle funzioni di gestione e di monitoraggio dell’attività commerciale della Città, finalizzate alla gestione dei dati della rete distributiva sul territorio.

È stata inoltre pubblicata sul SIT (Sistema Informativo Territoriale) la normativa commerciale e la relativa cartografia, accessibile al pubblico tramite l’indirizzo Internet <http://sit.comune.torino.it/JSSIT/Sit.html>, su cui è stato creato un parallelismo tra sito geografico e normativa di riferimento.

Utilizzando detti strumenti informatici è stato reso possibile conoscere le possibilità di sviluppo del commercio su qualunque punto del territorio cittadino semplicemente cliccando sulla cartografia della Città, verificando se l’attività commerciale che si intende insediare è compatibile con i Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale, con il Piano Regolatore, ecc.: ad ogni singolo punto della Città è associata (compare cliccando) la normativa applicabile a quel preciso luogo (statale, regionale e comunale).

Si è così consentito agli uffici e agli operatori interessati all’apertura di un’attività commerciale di verificare, anche preliminarmente alla

presentazione di una domanda di rilascio di autorizzazione, la compatibilità della tipologia d’insediamento con gli strumenti di pianificazione vigenti.

In particolare, con la realizzazione del sistema informativo Arcview Gis, si è risposto alle necessità informative e informatiche del Settore, con l’attività di creazione di una banca dati geografica a supporto della programmazione e del monitoraggio delle dinamiche urbane del commercio.

Questa attività è individuata nella costruzione di una banca dati geografica della rete distributiva sull’intero ambito della Città di Torino.

Il sistema realizzato è finalizzato da un lato alla gestione ed al monitoraggio degli oggetti dal “Piano del Commercio” (Criteri per il riconoscimento delle zone di insediamento commerciale e per il rilascio delle autorizzazioni all’esercizio del commercio al dettaglio in sede fissa del Comune di Torino), dall’altro a supportare correttamente i funzionari tecnici della Città nelle fasi di programmazione delle dinamiche urbane del commercio cittadino.

A tale scopo sul Sistema Informativo si sono resi disponibili ai funzionari comunali incaricati, la maggior parte dei dati tecnici e l’esatto posizionamento geografico d’informazioni utili per la gestione attuativa delle prescrizioni di Piano, con l’integrazione e l’aggiornamento di dati derivanti dal controllo della rete distributiva della Città; queste informazioni, acquisibili da banche alfanumeriche, sono state in parte già georiferite sulla cartografia numerica della Città e rese fruibili mediante una personalizzazione di un modulo GIS.

Tutte queste informazioni sono state poi strutturate e rese accessibili e condivisibili in modalità di visualizzazione e consultazione via

web, attraverso il SIT on line - Sistema Informativo Territoriale on line della Città di Torino.

In generale il S.I. sviluppato permette di consultare e interrogare agevolmente di “oggetti di piano” e la normativa ad essi associata, contenuti nei due allegati tecnici di Piano:

- Ambiti d’insediamento commerciale
- Ambiti di lacuna commerciale.

In particolare le attività di gestione e monitoraggio sono state implementate al fine di permettere ai referenti tecnici le attività di gestione e di monitoraggio delle zone di insediamento commerciale.

Sono state implementate specifiche funzionalità che utilizzano le potenzialità GIS per:

- calcolare/verificare dello standard del fabbisogno di parcheggi (suddiviso per tipologia della struttura distributiva con il calcolo di parametri per l’eventuale monetizzazione delle aree);
- controllo, verifica e aggiornamento della reale possibilità d’insediamento sul territorio cittadino di una nuova L1 (Localizzazione Commerciale); per questa funzione mediante l’inserimento di via e n° civico l’applicativo verifica i parametri di ammissibilità mediante un calcolo parametrizzato tra il n° della popolazione residente in un determinato ambito territoriale (raggio di 700m centrato sul civico di partenza).



Milano

Comune di

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Dopo l'inserimento, ad opera della regione, di Milano tra i comuni ad economia turistica, vi sono stati i seguenti adeguamenti:

- la mezza giornata di chiusura infrasettimanale è stata resa facoltativa;
- il limite massimo per la chiusura è passato dalle ore 23.00 alle ore 22.00;
- è stata prevista l'apertura festiva dei negozi e l'orario libero in centro città per tutto l'anno e per 120 giorni (a scacchiera) in periferia;
- restrizione di orario per bar e discoteche;
- previsione di apertura domenicale (anche al di fuori dei 120 giorni di cui sopra) per gli esercizi al dettaglio delle zone periferiche con le tipologie particolari di attività elencate all'articolo 13 del D. Lgs. N.114/98.

B) Aperture notturne

❖ Non si è in possesso dei dati relativi alla quantità, qualità, localizzazione ed ai limiti orari degli esercizi commerciali cui è stata concessa l'autorizzazione per l'apertura notturna.

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ Il comune di Milano non ha applicato la sospensione ed inibizione degli effetti delle comunicazioni relative all'apertura degli esercizi di vicinato.

Solo nel primo periodo di applicazione della riforma (1999) il comune aveva stabilito che le comunicazioni per l'apertura degli esercizi di vicinato fossero ammesse fino a 150 mq. e previa verifica delle caratteristiche estetiche della vetrina e dell'insegna.

Ma il TAR Lombardia ha, con ordinanza, ritenuto illegittimo il provvedimento.

Con successiva Ordinanza il Comune si è, appunto, riallineato alla normativa primaria, per tutte le zone di decentramento, fino all'introduzione di eventuali diversi criteri di programmazione per gli esercizi di vicinato.

PROCEDIMENTI AMMINISTRATIVI

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ **Procedura generale** - Non sono previsti particolari aspetti procedurali difforni rispetto a quanto previsto in generale dal D. Lgs. N.114/98.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - Le domande per nuovi insediamenti o per ampliamento di superficie di medie strutture dovranno, sulla base delle norme regionali, essere corredate dalla seguente documentazione, pena l'inammissibilità:

- a) le dichiarazioni di cui all'art.9 comma 2, lett. a) e b) del D.Lgs 114/98 (di essere in possesso dei requisiti di cui all'art.5; il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio)
- b) una relazione illustrativa concernente la conformità e la compatibilità dell'insediamento con le previsioni degli strumenti urbanistici comunali e con i criteri regionali di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale nonché con le disposizioni della Legge 14/99; la parte dovrà specificare gli estremi del provvedimento edilizio se già rilasciato;
- c) la valutazione dell'impatto occupazionale netto;
- d) lo studio dell'impatto sulla rete commerciale esistente e del contesto sociale;
- e) una descrizione delle caratteristiche progettuali;
- f) l'indicazione di tutte le informazioni necessarie in merito all'ubicazione dell'area interessata dall'intervento;
- g) l'indicazione degli eventuali vincoli gravanti sull'area interessata dal progetto e le eventuali mitigazioni proposte;
- h) una specifica descrizione del sistema viario, di trasporti e di accesso riguardante l'area interessata dal progetto, indicando le eventuali ipotesi progettuali per le necessarie sistemazioni migliorative;
- i) specifica relazione sulla dotazione di standard;
- j) valutazione delle ricadute sul sistema commerciale locale.

k) per le domande già pervenute l'Amministrazione potrà interrompere i termini per acquisire la documentazione e le relazioni di cui sopra.

La domanda sarà sempre accolta se l'insediamento sia già previsto in strumenti di programmazione negoziata (PRU, PII etc.). In questi casi sono già state esaminate le ricadute viabilistiche urbanistiche e il progetto di massima è già riportato in un accordo tra l'Amministrazione e l'operatore; per gli accorpamenti atti dovuti ex art. 14 L.r. 14/99 e nei restanti casi, l'autorizzazione sarà rilasciata previa acquisizione di parere urbanistico/viabilistico favorevole.

La domanda sarà sempre negata :

- a) per vincoli ostativi di legge (certificati penali e antimafia positivi);
- b) per carenza di elementi essenziali della domanda o di condizioni previste dal Regime transitorio delle norme attuative regionali;
- c) per referto urbanistico/viabilistico sfavorevole.

L'accoglimento o il diniego avverranno con provvedimento a firma congiunta del Settore Autorizzazioni Commerciali e del Settore concessioni e autorizzazioni edilizie, ove non sia stato già rilasciato provvedimento edilizio.

Le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato, entro 90 giorni, il provvedimento di diniego (massimo consentito dall'art.8 D.Lgs. 114/98).

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - L'apertura, l'ampliamento ed il trasferimento di una grande struttura di vendita sono soggetti, sulla base delle disposizioni regionali, ad autorizzazione rilasciata dal comune competente per territorio, a seguito della conferenza di servizi di cui all'art. 9, comma 3, del D.Lgs. 114/98.

Costituiscono elementi essenziali della domanda:

- a) le dichiarazioni di cui all'art. 9, comma 2, lett. a) e b) del D.Lgs. 114/98;
- b) una relazione illustrativa concernente la conformità e la compatibilità dell'insediamento con le previsioni degli strumenti urbanistici comunali e con i criteri regionali di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, nonché con le disposizioni della presente legge;
- c) la valutazione dell'impatto occupazionale netto;
- d) lo studio dell'impatto sulla rete commerciale esistente e del contesto sociale;
- e) lo studio dell'impatto territoriale ed ambientale, fatto comunque salvo quanto previsto dalla vigente legislazione in materia di valutazione di impatto ambientale.

In caso di inerzia del Comune, la Regione, sentiti il Comune e la Provincia, previo invito ad adempiere, indice la conferenza.

Nei casi in cui sia prevista la contestualità del rilascio dell'autorizzazione all'apertura e della concessione o autorizzazione edilizia, valgono le disposizioni contenute nel documento relativo ai criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale. È fatta comunque salva la

conclusione del procedimento relativo all'autorizzazione all'apertura nei termini e secondo le procedure sopra indicate.

La conferenza di servizi, valutate le risultanze dell'istruttoria preliminare, dichiara l'ammissibilità della domanda ovvero dispone il rigetto della stessa nel caso di assenza di elementi essenziali o nel caso in cui l'istruttoria preliminare abbia accertato l'assenza dei requisiti soggettivi del richiedente. Se sia stata dichiarata l'ammissibilità della domanda la conferenza può chiedere elementi integrativi; tale richiesta non interrompe i termini per la valutazione della domanda.

Le determinazioni finali della conferenza sono assunte dopo che sia conclusa la valutazione delle domande che precedono nell'ordine di valutazione.

L'autorizzazione all'apertura di grandi strutture di vendita è revocata nei casi previsti dall'art. 22, comma 4, del D.Lgs. n. 114/98.

Le domande sono presentate al Comune che ne trasmette copia riportante gli estremi di presentazione (art. 5, comma 6, L.R. n. 14/99) a Provincia e Regione.

L'ordine con cui vengono decise le domande è stabilito dalla Regione in applicazione dei criteri dettati dagli art. 5 e 6 della L.R. n. 14/99.

Il Comune procede all'istruttoria delle domande e indice la prima riunione della Conferenza dei Servizi previ accordi con la Regione e la Provincia.

Tale prima riunione deve svolgersi in una data compresa tra il 45° e il 60° giorno dalla presentazione della domanda. La deliberazione della Conferenza è adottata entro 90 giorni dalla data della prima riunione. Se alla scadenza del termine per la deliberazione la Conferenza non ha concluso i lavori, essa si intende automaticamente convocata il 90° giorno presso la Regione.

La Conferenza può comunque validamente deliberare anche nei successivi 30 giorni.

Entro 120 giorni dalla data della prima riunione della Conferenza il Comune comunica al richiedente la decisione sulla domanda.

Il procedimento, che si avvia con la presentazione della domanda al Comune e si conclude con la comunicazione della decisione al richiedente, può dunque assumere in via ordinaria una durata massima di 180 giorni, fatto salvo in ogni caso l'obbligo della comunicazione finale all'interessato entro 120 giorni dalla prima riunione della Conferenza.

Se il Comune non indice la Conferenza nel termine prescritto, a tale adempimento è tenuta la Regione, previo invito al Comune a provvedere; in tal caso, se cioè la Conferenza non è stata indetta entro il 60° giorno dalla presentazione della domanda, il termine di 90 giorni per la conclusione dei lavori e il termine di 120 giorni per la comunicazione al richiedente decorrono dal 60° giorno successivo alla trasmissione della domanda alla Regione.

Oltre che dal Comune, la trasmissione della domanda alla Regione può essere validamente effettuata dal richiedente a condizione che sia fatta risultare l'avvenuta presentazione al Comune. Le domande sono decise secondo l'ordine cronologico di ricevimento da parte della Regione. Fra domande concorrenti, vale a dire fra domande ricevute dalla Regione nel medesimo mese di calendario, l'ordine con cui le stesse vengono decise è determinato dalle priorità dettate all'art. 6 della L.R. n. 14/99.

In relazione al contenuto delle norme sopra richiamate:

- a) il termine massimo per la conclusione del procedimento è determinato in via ordinaria dalla data di presentazione della domanda al Comune;
- b) se la prima riunione della Conferenza non si svolge nel termine prescritto, il termine per la conclusione del procedimento può essere determinato in relazione alla data di trasmissione della domanda alla Regione;
- c) l'ordine con cui le domande vengono decise è stabilito in base alla data di trasmissione alla Regione.

La trasmissione della domanda alla Regione da parte del richiedente può pertanto assumere rilievo ai seguenti fini:

- determinazione della data in base alla quale la domanda viene inserita nell'ordine di trattazione (se il Comune non ha già provveduto alla trasmissione);
- determinazione della data dalla quale possono utilmente decorrere i termini di 90 giorni e di 120 giorni rispettivamente per la deliberazione della Conferenza e per la comunicazione conclusiva (se la Conferenza non è stata convocata nel termine prescritto).

Ai sensi dell'art. 5, comma 7, della L.R. n. 14/99 le Conferenze individuano, su segnalazione della Regione, il termine anticipato di conclusione dei rispettivi lavori in modo che siano co-

munque rispettati sia il termine massimo dei lavori della prima Conferenza avviata, che l'ordine di esame in base ai criteri di priorità fra domande concorrenti.

Il rappresentante della Regione partecipa alla deliberazione della Conferenza dei Servizi di cui all'art. 9 del D.Lgs. n. 114/98 esprimendo voto favorevole oppure non favorevole. Se il voto espresso dal rappresentante della Regione non è favorevole, l'autorizzazione non può essere rilasciata.

D) Apertura centro commerciale

❖ **Procedura generale** - Le autorizzazioni di cui agli art. 8 e 9 del D.Lgs. n. 114/98 possono essere rilasciate con riferimento specifico alla tipologia Centro Commerciale, se ricorrono tutti i seguenti elementi:

- unicità della struttura;
- destinazione specifica o prevalente della struttura; è assimilabile a tale situazione quella dell'insediamento che assolve ad una funzione specifica diversa da quella commerciale (es. intrattenimento) dove è prevista una superficie di vendita complementare rispetto alla funzione principale per cui è stato progettato il complesso, superiore al 10% della superficie lorda di pavimentazione;
- spazi di servizio gestiti unitariamente quali guardaroba, casse, servizi di imballaggio e confezionamento, spazi pubblicitari, ingressi;
- infrastrutture comuni quali parcheggi, percorsi pedonali su area privata, scale e ascensori, ingressi.

A seguito dell'autorizzazione del Centro Commerciale, sono rilasciate tante singole autorizzazioni quanti sono gli esercizi commerciali di cui agli articoli 8 e 9 del D.Lgs. n. 114/98 inseriti nel Centro Commerciale. Le superfici di vendita comunicate (nel caso degli esercizi di vicinato) o autorizzate dei singoli esercizi discendono dalla autorizzazione unitaria e il loro totale non deve superare quello della citata autorizzazione. Non è consentita l'allocatione di un esercizio di vicinato all'interno di un Centro Commerciale o il trasferimento di un esercizio già autorizzato oltre i limiti complessivi della superficie di vendita della autorizzazione unitaria rilasciata con le modalità e procedure di cui agli articoli 8 e 9 del D.Lgs. n. 114/98.

Qualora ciò avvenga, configurandosi un aumento della originaria superficie di vendita autorizzata, deve essere richiesta una nuova autorizzazione unitaria per tutto il Centro Commerciale.

Non è consentito il trasferimento di singole autorizzazioni o di attività comunicate fuori dal Centro Commerciale. In caso di cessazione dell'attività di uno dei punti di vendita autorizzati o comunicati allocati nel Centro Commerciale ed in mancanza di un soggetto subentrante entro il termine di cui all'art. 22, comma 4, lettera b), del D.Lgs. n. 114/98, il comune riduce la superficie di vendita complessiva del Centro Commerciale riportata nella autorizzazione unitaria.

La superficie di vendita di un Centro Commerciale è quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

Se non è richiesta e rilasciata l'apposita autorizzazione per il Centro Commerciale, non sono consentite soluzioni strutturali o formali o informazioni al pubblico riguardanti uno o più esercizi, idonee a rappresentare gli stessi quali Centro Commerciale o, comunque, come unitario complesso commerciale e a determinare la maggiore attrattività propria di tale classe di esercizi.

Nei casi di inosservanza delle disposizioni di cui al presente articolo costituenti svolgimento abusivo dell'attività, è applicata la sanzione di cui all'art. 22, comma 6, del D.Lgs. n. 114/98.

Le strutture commerciali che alla data di pubblicazione del D.Lgs. n. 114/98 erano costituite da un esercizio di vendita autorizzato ai sensi degli art. 26 e 27 della L. n. 426/71 e da uno o più esercizi autorizzati ai sensi dell'art. 24 della citata legge (fino ad un massimo di 8 esercizi) aventi i requisiti del centro commerciale possono chiedere al comune il rilascio di una autorizzazione unitaria per la tipologia centro commerciale su una superficie complessiva di vendita derivante dalla somma delle superfici di vendita dei singoli esercizi presenti nella predetta struttura.

Il comune rilascia l'autorizzazione con la procedura di cui all'articolo 9 del D.Lgs. n. 114/98 nei termini e con le modalità di cui ai punti precedenti. Se viene presentata la domanda, le superfici di vendita delle predette strutture sono considerate in aggiunta alla quota base attribuita ad ogni Unità territoriale.

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ Qualora l'apertura di un esercizio di vicinato, conforme alla normativa urbanistica comunale, comporti la realizzazione di opere edilizie soggette a D.I.A. (dichiarazione di inizio attività) ovvero

alla procedura di cui all'art. 26, L. n. 47/1985 per le opere interne, alla comunicazione di cui all'art. 7 del D.Lgs. n. 114/98 va allegata la relazione tecnica asseverata.

Il procedimento di autorizzazione all'apertura di medie strutture di vendita è contestuale a quello abilitativo di carattere urbanistico- edilizio.

Nei casi in cui l'apertura di una media struttura di vendita, conforme alla normativa urbanistica comunale, comporti la realizzazione di opere edilizie soggette a D.I.A. ovvero alla procedura prevista per le opere interne dall'art. 26 della L. n. 47/1985, alla richiesta di autorizzazione commerciale va allegata una relazione tecnica asseverata.

Qualora sia necessaria la realizzazione di opere edilizie soggette a concessione edilizia, contestualmente alla richiesta di autorizzazione ex art. 8 del D.Lgs. n. 114/98 va presentata istanza di concessione edilizia, a tal fine allegando il progetto e l'ulteriore necessaria documentazione; in tal caso:

- la concessione edilizia è rilasciata negli stessi termini di tempo previsti per l'autorizzazione commerciale;
- è fatta salva, in ogni caso, la facoltà di intervento sostitutivo;
- l'autorizzazione commerciale e la concessione edilizia sono contenute in unico atto;
- l'autorizzazione commerciale, nel caso produca effetti anche di concessione edilizia, va sottoscritta dal responsabile della struttura tecnica cui compete firmare la concessione edilizia; in caso la struttura comunale che si occupa di commercio e quella che si occupa di edilizia siano distinte, l'atto va sottoscritto congiuntamente dai responsabili delle due strutture, se del caso anche a seguito di conferenza dei servizi interna all'ente, ossia tra le competenti strutture comunali.

Qualora l'intervento interessi aree paesaggisticamente vincolate, l'autorizzazione viene richiesta congiuntamente all'istanza di autorizzazione commerciale e rilasciata contestualmente all'autorizzazione commerciale, rispettando, comunque, le specifiche procedure ed i criteri regionali; in particolare il parere ambientale, distinto da quello urbanistico, è espresso dalla Commissione edilizia, l'atto autorizzatorio commerciale con valenza paesistica viene poi inviato, unitamente al parere della Commissione edilizia e alla relazione degli esperti ambientali, alla competente Sovrintendenza ai fini dell'esercizio dell'eventuale potere di annullamento.

Nei casi in cui l'intervento edilizio necessiti di preventivo piano attuativo, l'avvio del procedimento pianificatorio può essere contestuale o successivo al procedimento di rilascio dell'autorizzazione commerciale.

Eventuali ulteriori casi di deroga al criterio della contestualità dei procedimenti sono oggetto di espressa individuazione nello strumento urbanistico o nel regolamento edilizio; in tali casi la verifica di ammissibilità urbanistica ai fini del rilascio dell'autorizzazione commerciale è limitata ai profili di compatibilità localizzativa e dimensionale della struttura commerciale e non pregiudicano al di fuori di tali profili le verifiche da effettuarsi nell'ambito del procedimento di natura urbanistico- edilizia.

La conclusione del procedimento di natura urbanistico- edilizia non può in nessun caso precedere le determinazioni sulle domande di cui all'art. 8 del D.Lgs. n. 114/98.

Per le Grandi strutture di vendita di norma va garantita la contestualità dei procedimenti relativi alle autorizzazioni di esercizio e dei procedimenti abilitativi di natura urbanistico- edilizia.

Alle domande di autorizzazione di esercizio va allegato il progetto esecutivo dell'intervento proposto.

La verifica della ammissibilità urbanistica dell'intervento è svolta dagli uffici comunali che producono alla Conferenza dei Servizi apposito referto sottoscritto dal responsabile della competente struttura organizzativa; di tale referto dà atto il rappresentante della Regione nell'esprimere la sua valutazione nell'ambito della Conferenza.

Le determinazioni della Conferenza producono, in caso di esito favorevole, effetti di concessione edilizia e in tal caso al verbale della Conferenza va allegata la quantificazione degli oneri concessori effettuata dagli uffici comunali competenti; tale verbale è, altresì, assoggettato alla medesima forma di pubblicità prevista per la concessione edilizia.

Nei casi di immobili sottoposti a vincoli paesaggistico, storico artistico, archeologico, idrogeologico e sismico, le determinazioni della Conferenza dei Servizi producono effetti di autorizzazione sotto il profilo della specifica disciplina vincolistica solo se alla Conferenza stessa partecipano, a seguito di regolare convocazione, i rappresentanti degli enti competenti alla tutela del vincolo; nell'ipotesi di loro mancata partecipazione, le determinazioni assunte dalla Confe-

renza assumono efficacia, in caso di esito positivo, solo dopo l'acquisizione della specifica autorizzazione da parte dell'Autorità preposta alla tutela del vincolo.

Nel caso di vincolo paesistico il verbale della Conferenza dei Servizi, avente effetto di autorizzazione paesistica, deve essere trasmesso alla Sovrintendenza ai fini del controllo, qualora la Sovrintendenza stessa non sia intervenuta direttamente alla Conferenza dei Servizi.

L'esito negativo della Conferenza preclude la realizzazione del progetto, comportando effetti di provvedimento negativo anche sotto il profilo urbanistico-edilizio.

Nei casi in cui l'intervento edilizio necessiti di preventivo piano attuativo l'avvio del procedimento pianificatorio può essere contestuale o successivo al procedimento di rilascio dell'autorizzazione commerciale.

La correlazione dei procedimenti urbanistico-edilizi e commerciali, di cui al presente capo, comporta necessariamente che la concessione o l'autorizzazione edilizia per la realizzazione di opere dirette all'apertura di medie e grandi strutture di vendita debba essere rilasciata contestualmente o successivamente all'autorizzazione commerciale. In sostanza, nel caso di interventi edilizi finalizzati all'apertura di strutture commerciali medie e grandi l'atto di assenso di natura urbanistico-edilizia non può mai essere rilasciato prima di quello commerciale, bensì contestualmente ovvero, nei casi espressamente previsti, successivamente.

Nei casi di procedimenti non contestuali il Comune può, ricorrendone i presupposti, disporre la proroga dei termini fissati all'art. 22, comma 4, del D.Lgs. n. 114/98 per l'inizio dell'attività di vendita.

Qualora poi le opere edilizie dirette all'apertura delle predette strutture di vendita (medie e grandi) siano soggette alla facoltà di denuncia di inizio attività (D.I.A.), sia la D.I.A. che la comunicazione sono presentate contestualmente all'istanza di autorizzazione commerciale, allegando alla D.I.A. o alla comunicazione copia dell'istanza stessa; i lavori possono essere iniziati solo una volta ottenuto l'assenso di natura commerciale.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

❖ Non si riscontrano particolari disposizioni sul punto.



Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ In attuazione dell'art.2 della L.R. n. 14/99 il territorio regionale è suddiviso in Unità territoriali, tenuto conto delle aree metropolitane omogenee, delle aree sovracomunali configurabili come bacini di utenza unici, dei centri storici e dei centri di minore consistenza demografica; il metodo di individuazione delle Unità territoriali e gli elenchi dei comuni compresi in ciascuna di esse sono riportati in allegato ai provvedimenti attuativi regionali.

Ai fini del D.Lgs. n. 114/98 e per gli effetti di cui al presente regolamento, l'Unità territoriale n. 1 è individuata come area metropolitana, i centri di minore consistenza demografica sono i Comuni con popolazione inferiore a 3000 abitanti.

Le Unità territoriali nelle quali il rapporto mq/1000 ab. è inferiore all'attuale media regionale sono considerate a basso tasso di offerta con riferimento ai livelli e ai settori interessati.

Ai fini dell'art. 6 comma 3 del D.Lgs. n. 114/98, il territorio della regione Lombardia è suddiviso in unità territoriali tenendo conto della presenza delle aree metropolitane omogenee e delle aree sovracomunali configurabili come un unico bacino di utenza, allo scopo di consentire la razionalizzazione e la modernizzazione della rete distributiva controllandone l'impatto territoriale, ambientale, sociale e commerciale.

Nell'ambito delle unità territoriali la programmazione regionale tiene conto della presenza dei centri storici e dei centri di minore consistenza demografica prevedendo misure di sviluppo del commercio adeguate alle loro caratteristiche.

Le unità territoriali costituiscono il riferimento geografico per la definizione degli indirizzi regionali per l'insediamento delle attività commerciali, tenendo conto delle loro caratteristiche, degli obiettivi e delle compatibilità di sviluppo dell'offerta in rapporto alla domanda esistente e prevedibile, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo.

Nel tessuto urbano consolidato il Piano Regolatore Generale può consentire, oltre agli esercizi di vicinato, esclusivamente l'insediamento di medie strutture di vendita, fatte salve le disposizioni di cui all'art.12 del presente regolamento; l'ammissibilità delle medie strutture di vendita non è necessariamente assoggettata ad una specifica lo-

calizzazione, essendo sufficiente che nelle norme di piano si contempli esplicitamente tale tipologia distributiva.

Negli ambiti di trasformazione urbana e in quelli extraurbani, oltre alle strutture commerciali sopra indicate, il Piano Regolatore Generale può prevedere grandi strutture di vendita.

Per medie strutture di vendita si intendono strutture commerciali con superficie di vendita superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a:

- 1.500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti;
- 2.500 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti.

Dalla documentazione inviata non si ha notizia di definitivi provvedimenti comunali relativi ai criteri di rilascio delle autorizzazioni all'apertura per medie strutture, né all'individuazione delle aree di insediamento.

B) Criteri qualitativi

❖ Non si riscontrano particolari disposizioni in ordine a specifici criteri qualitativi per l'apertura di singole strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

❖ Per le medie strutture di vendita nel tessuto urbano consolidato, da attuarsi attraverso interventi edilizi sull'esistente, qualora non sia possibile il reperimento in loco di spazi per parcheggi, vanno effettuate verifiche di compatibilità infrastrutturale; tali verifiche, in accordo con l'eventuale Piano urbano del traffico e il Programma urbano dei parcheggi, evidenziano in particolare la dotazione esistente di aree a parcheggio e la sussistenza di previsioni di nuovi parcheggi funzionali agli insediamenti commerciali programmati.

Le nuove strutture commerciali con superficie di vendita superiore a 600 mq, da insediare su lotti liberi nel tessuto urbano consolidato, devono essere subordinate ad apposita convenzione o atto unilaterale d'obbligo per il reperimento degli standard previsti dalla vigente legislazione; mentre per le medie strutture di vendita inferiori a 600 mq vengono reperiti in loco almeno gli standard a parcheggio.

Nella valutazione dell'ammissibilità delle medie strutture di vendita nel tessuto urbano consolidato vengono considerati:

- il livello di accessibilità garantito dal trasporto pubblico;
- l'apporto alla riqualificazione del tessuto urba-

no anche mediante misure di pedonalizzazione;

- la disponibilità di spazi di sosta attrezzati, esistenti o in fase di realizzazione, in aree limitrofe all'insediamento commerciale.

È comunque consentita, nel caso di accertata ammissibilità delle medie strutture di vendita, la facoltà di monetizzazione parziale nella misura massima del 50% di aree ed attrezzature pubbliche o di uso pubblico non cedute al Comune da definirsi in sede di convenzione o di atto unilaterale d'obbligo; in ogni caso, la dotazione di parcheggi pubblici o di uso pubblico viene assicurata in aree a diretto servizio dell'ambito commerciale

Relativamente alle medie strutture di vendita, particolare attenzione viene prestata all'accessibilità pedonale e veicolare con riferimento alla specifica zona urbanistica di riferimento relativamente alle fermate ed ai percorsi preferenziali dei mezzi pubblici, ai parcheggi, agli spazi di manovra nonché ai percorsi preferenziali o riservati per gli automezzi che effettuano il rifornimento merci e simili.

Gli insediamenti commerciali esistenti distribuiti lungo le principali arterie viabilistiche devono garantire per quanto possibile:

- il massimo contenimento della diffusione lineare lungo la viabilità e la previsione di complessi organizzati a sviluppo areale, adeguatamente dotati di servizi;
- la revisione delle modalità di accesso ai fini della sicurezza e della fluidità del traffico;
- il controllo della segnaletica pubblicitaria e della cartellonistica, da contenere in forme idonee soprattutto in zone di rilievo paesistico-ambientale;
- la limitazione della visibilità diretta dalle strade, anche attraverso congrue sistemazioni a verde.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Con l'Ordinanza comunale del luglio 2001 (contenente misure transitorie relative alle medie e grandi strutture di vendita), si propone che le domande per l'apertura di medie strutture di vendita in Milano non siano più limitate agli atti dovuti.

Dovrà quindi essere posta decisiva rilevanza preventiva alla compatibilità urbanistica dell'intervento.

Sarà pure costituito con provvedimento dell'Assessore al Commercio un tavolo tecnico consultivo per l'esame preventivo delle domande; il tavolo sarà composto da rappresentanti dell'Am-

ministrazione nonché da rappresentanti delle Associazioni di categoria e dei consumatori maggiormente rappresentative.

Non risultano adottati definitivi criteri comunali quantitativo- programmatori relativi alle medie strutture di vendita.

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazioni territoriali

❖ Per grandi strutture si intendono quelle con superficie di vendita superiore ai limiti delle medie strutture di vendita;

Per centro commerciale:

- una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente; la superficie di vendita di un centro commerciale è la somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

B) Criteri qualitativi

❖ Non si riscontrano particolari criteri qualitativi per l'insediamento di nuove strutture di vendita

Standard urbanistici

Non si rilevano, attraverso la documentazione disponibile, i criteri urbanistici adottati specificamente dal comune di Milano.

I piani regolatori generali e relative varianti prevedono che le aree destinate a grandi strutture di vendita siano dotate di attrezzature pubbliche o di uso pubblico almeno nella misura del 200% della superficie lorda di pavimento degli edifici previsti, di cui almeno la metà destinata a parcheggi di uso pubblico, nel rispetto di quanto disposto dal quinto comma, dell'art.4 della L.R. n. 14/1999; a causa del rilevante impatto territoriale che tali strutture producono, è da considerarsi vincolante il reperimento in loco dei suddetti spazi pubblici o di uso pubblico.

Per le grandi strutture di vendita localizzate in ambiti extraurbani, viene attrezzata una congrua quantità di spazi a verde in funzione di una appropriata mitigazione ambientale dell'insediamento; a tal fine i Piani territoriali di coordinamento provinciali definiscono specifiche disposizioni e parametri quantitativi.

È comunque ammessa per le grandi strutture

di vendita la facoltà di monetizzazione parziale, nella misura massima del 30% di aree ed attrezzature pubbliche o di uso pubblico non cedute al Comune a norma dell'art.3, terzo comma, lettera e), della L.R. n. 14/99, da definirsi in apposita convenzione, a condizione che la monetizzazione:

a) sia riferita esclusivamente ai casi di apertura o ampliamento di una grande struttura di vendita:

- per concentrazione o accorpamento di più esercizi di vicinato;
- per concentrazione di medie strutture di vendita;
- per concentrazione di medie strutture di vendita con esercizi di vicinato;
- per accorpamento di medie strutture di vendita;
- per ampliamenti non superiori al 20% della superficie di vendita esistente;

b) sia finalizzata alla realizzazione di attrezzature funzionali all'insediamento commerciale localizzate in aree esterne al perimetro dell'ambito d'intervento, purché ne sia garantita l'accessibilità e la piena fruibilità; in ogni caso, la dotazione di parcheggi pubblici e di uso pubblico deve essere assicurata in aree a diretto servizio dell'ambito commerciale.

Relativamente alle grandi strutture di vendita, viene operata una attenta valutazione della rete di grande comunicazione su cui si attesta l'insediamento; l'attestazione sugli assi di grande scorrimento urbano ed extraurbano è funzionale principalmente ad agevolare l'accesso mediante idonee infrastrutture di collegamento. Sono di norma escluse:

- le localizzazioni giustificate unicamente da funzionalità comunicative come ad esempio individuazione di aree collocate lungo arterie viarie a grande scorrimento non direttamente accessibili e giustificate solo a fini promozionali;
- la localizzazione di insediamenti in prossimità di nodi di traffico al fine di non turbare la circolazione veicolare;
- la localizzazione di strutture che si fronteggiano sullo stesso asse viario al fine di rendere compatibili gli insediamenti con le esigenze di funzionalità della viabilità;
- l'uso delle fasce di rispetto stradali per il reperimento degli spazi a parcheggi funzionali all'impianto commerciale; tali fasce sono da destinarsi ad interventi di qualificazione ambientale.



C) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Le previsioni di carattere commerciale nel Piano Regolatore Generale sono disciplinate in modo differenziato in relazione ai seguenti contesti:

- a) tessuto urbano consolidato: ci si riferisce ai tessuti urbani esistenti, classificati nelle zone territoriali omogenee A) e B) di cui al D.M. n. 1444/1968, che non necessitano di interventi di ristrutturazione urbanistica (che caratterizzano, invece, gli ambiti di trasformazione urbana), ma che sono interessati prevalentemente da micro-trasformazioni, quali interventi di riuso, di recupero, di ristrutturazione edilizia e di nuova costruzione o di ampliamento, limitati al completamento di singoli lotti, e dotati di un adeguato livello di urbanizzazione; le zone territoriali omogenee C) del D.M. n. 1444/1968 sono assimilate alle precedenti nel caso di già avvenuta realizzazione degli insediamenti previsti dal P.R.G.;
- b) ambiti di trasformazione urbana: si intendono quei comparti urbani ove il Piano Regolatore Generale prevede interventi di ristrutturazione urbanistica, cioè un insieme sistematico di interventi edilizi anche con la modificazione del disegno dei lotti, degli isolati e della rete stradale, rivolti a sostituire l'esistente tessuto urbano e finalizzati alla riqualificazione urbanistica di parti strategicamente rilevanti della città;
- c) ambiti extraurbani: si intendono quegli spazi prevalentemente identificati esterni al contesto urbano consolidato e di trasformazione.

L'insediamento di grandi strutture di vendita negli ambiti extraurbani comporta normalmente forti impatti urbanistico-ambientali, con riferimento specifico al consumo di suolo, alla compromissione delle risorse agricole, dei valori naturalistici e del paesaggio; pertanto è disincentivato l'uso di aree libere, ed è privilegiato invece il riuso di ambiti già urbanizzati o degradati da recuperare.

Negli ambiti di trasformazione urbana e in quelli extraurbani il Piano Regolatore Generale individua puntualmente le aree da destinarsi a grandi strutture di vendita di nuova previsione, assoggettandole a pianificazione attuativa, che, in casi tassativi, deve essere dichiarata di interesse sovracomunale.

Nel caso di ampliamenti di grandi strutture di vendita non superiori al 20% della superficie esistente di vendita, è possibile non assoggettare l'in-

tervento a pianificazione attuativa, ferma restando la necessità della puntuale individuazione del relativo ambito di ampliamento, nonché della verifica della dotazione di aree per standard urbanistici, con particolare attenzione per gli spazi destinati a parcheggio.

Con riferimento alle grandi strutture di vendita, i Piani territoriali di coordinamento provinciali dettano specifiche disposizioni; in assenza del P.T.C.P. le varianti di adeguamento concernenti dette strutture sono trasmesse alla provincia dopo l'adozione, contestualmente al deposito della medesima, al fine di consentire alla provincia la presentazione di osservazioni nei termini di legge.

I criteri di programmazione commerciale regionale sono prioritariamente intesi:

- alla tutela delle compatibilità definite negli atti di pianificazione territoriale della Regione e delle Province
- alla tutela delle compatibilità oggetto di valutazione di impatto ambientale nei casi prescritti
- alla ammissibilità urbanistica degli insediamenti.

Fatto salvo il prioritario rispetto di tali compatibilità, gli ulteriori criteri regionali sono intesi a promuovere la libertà di iniziativa economica nei limiti di una evoluzione equilibrata dell'apparato distributivo ed a fornire un quadro di orientamenti ai soggetti pubblici e privati interessati.

In tal senso si prevede:

- a) l'individuazione dei casi nei quali il parere della Regione è comunque favorevole
- b) la predeterminazione, al di fuori di tali casi, di criteri, tra loro concorrenti, di valutazione specifica delle singole domande che perseguono:
 - l'equilibrio tra le diverse tipologie di vendita attraverso la verifica del grado di dotazione di grandi strutture caratterizzante i singoli bacini di utenza identificati attraverso le Unità Territoriali;
 - l'equilibrio tra la domanda della popolazione residente e l'offerta commerciale nel suo complesso con riferimento ai predetti bacini;
 - la gradualità dell'evoluzione della rete distributiva garantendo la funzione di prossimità svolta dei piccoli esercizi nei confronti della fasce più deboli di popolazione e nei contesti di maggiore degrado urbano e sociale evitandone la massima e incontrollata espulsione dal mercato;
 - l'equilibrio nelle relazioni tra gli insediamenti residenziali e la localizzazione delle

strutture di vendita in modo da limitare gli effetti di mobilità aggiuntiva e di modificazione della morfologia insediativa consolidata.

In applicazione di ciò la Regione formula parere non favorevole nei casi di:

- a) non compatibilità con atti di pianificazione e programmazione territoriale regionale o non ammissibilità derivante dalla valutazione di impatto ambientale
- b) non ammissibilità urbanistica dell'insediamento proposto; ossia la non previsione della tipologia dell'intervento nel P.R.G.
- c) motivata valutazione non favorevole da parte del rappresentante della Provincia derivante da specifiche indicazioni, con particolare riferimento al sistema della viabilità, del traffico e delle principali vie di comunicazione in ambito provinciale.

Se non ricorrono cause impeditive, la Regione formula:

- a) parere favorevole nei casi di:
 - trasferimento nell'ambito dello stesso comune
 - rilocalizzazione nell'ambito della stessa U.T.
 - apertura di centri commerciali costituiti da una media struttura e da esercizi di vicinato
 - superfici di vendita richieste rientranti nelle quote base attribuite alle Unità Territoriali non ancora utilizzate;
- b) parere favorevole o non favorevole nei restanti casi in relazione ai seguenti criteri di valutazione:
 - dotazione commerciale di grandi strutture di vendita nelle Unità Territoriali
 - equilibrio tra domanda attratta dai punti di vendita presenti nella Unità Territoriale e domanda della popolazione residente.
 - condizioni di criticità della rete
 - prossimità dell'insediamento ai nodi domanda (generazione di traffico).

In relazione ai parametri riportati in allegato ai provvedimenti attuativi regionali, viene attribuito un punteggio in base alla seguente tabella di ammissibilità commerciale:

1	Dotazione commerciale di Grandi Strutture della U.T.	0	3	6
2	Equilibrio domanda-offerta U.T.	1	3	3
3a	Criticità della rete di vicinato	0	3	6
3b	Criticità della rete Medie Strutture	1	2	3
3c	Criticità della rete Grandi Strutture	1	2	3
4	Prossimità nodi domanda	1	2	3

Punteggio massimo conseguibile: 24

Punteggio minimo di ammissibilità: 18

Col parere favorevole di Provincia e Comune il rappresentante della Regione nella Conferenza dei Servizi, può motivatamente attribuire fino a 3 punti aggiuntivi con riferimento agli elementi di cui all'art.5, comma 3, lettere c), d), e), della L.R. n. 14/99 - desumibili dalla domanda o dai lavori della Conferenza.

Le Province possono definire con i piani territoriali di coordinamento, tenuto conto dei criteri per l'adeguamento degli strumenti urbanistici e con riferimento agli ambiti territoriali, indicazioni concernenti lo sviluppo del sistema distributivo con particolare riguardo al sistema della viabilità, del traffico e delle principali vie di comunicazione in ambito provinciale.

L'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali è disposto in funzione del conseguimento degli obiettivi indicati all'art.4, comma 3, L.R. n. 14/99 e nel rispetto dei criteri di programmazione urbanistica e, se formulate, delle indicazioni contenute nei predetti provvedimenti delle Province.

Il Consiglio regionale, su proposta della Giunta, approva:

- a) il programma triennale concernente gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali;
- b) i criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale.

Il programma triennale prevede:

- a) per le grandi strutture di vendita la classificazione degli esercizi commerciali in relazione al rapporto intercorrente fra superficie destinata alla vendita e superficie di servizio;
- b) la suddivisione del territorio regionale nelle unità territoriali;
- c) l'eventuale definizione dei mercati di riferimento nell'ambito dei settori merceologici ai fini della valutazione degli aspetti concorrenziali dei punti di vendita;
- d) le modalità con cui si procede all'aggiornamento dei dati e dei parametri relativi alla domanda ed all'offerta per ogni unità territoriale;
- e) i criteri di ammissibilità commerciale e territoriale cui si attiene la Regione nell'ambito della conferenza di cui all'art. 9, comma 3, del D.Lgs. n. 114/98 ai fini della valutazione delle domande di apertura, trasferimento ed ampliamento delle grandi strutture di vendita, nonché la definizione dei relativi indici e parametri;

- f) la determinazione, ai sensi dell'art. 6, comma 1, lett. b) del D.Lgs. n. 114/98, degli indirizzi concernenti lo sviluppo delle medie strutture di vendita, nonché gli obiettivi di presenza e di sviluppo qualitativi e quantitativi delle grandi strutture di vendita ed i criteri che ne consentano verifiche anche intermedie;
- g) i valori da attribuire a tutti gli indici da utilizzare per la stima dei fenomeni interessanti lo sviluppo del commercio e per le valutazioni concernenti l'ammissibilità degli insediamenti delle grandi strutture di vendita;
- h) la eventuale documentazione integrativa da prescrivere per le domande di nuovi insediamenti commerciali, oltre a quanto già disposto;
- i) la individuazione delle aree nelle quali è data la facoltà di svolgere congiuntamente in un solo esercizio più attività ai sensi dell'art. 10, comma 1, lett. a) del D.Lgs. n. 114/98 e nelle quali è possibile accedere alle agevolazioni;
- j) i casi in cui l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita e l'ampliamento di una media e grande struttura di vendita costituisce atto dovuto, ai sensi dell'art. 10, comma 3, del D.Lgs. n. 114/98;

Dalla documentazione inviata non è possibile accertare né l'approvazione, il contenuto del programma triennale regionale.

Con Ordinanza del luglio 2001 il comune di Milano ha stabilito che fino alla preannunciata modifica dei Regolamenti attuativi regionali, dovrà essere sempre negativo il parere del Comune di Milano su domande per grandi strutture in Comuni limitrofi.

Il parere sarà rilasciato dal Settore Autorizzazioni Commerciali.

La Regione ha, infatti, comunicato un progetto di revisione del Regolamento 3/2000 trasmettendo ai Comuni una bozza del nuovo testo che costituisce la "base" su cui costruire le norme tecniche ed i regolamenti comunali.

Va chiarito che il Comune di Milano è stato inserito dal Reg. Reg 3/2000 nell'Unità territoriale 1 insieme ad altri 50 comuni di cintura.

Per l'U.T. 1 è previsto un contingente di 100.000 mq. complessivi per Grandi strutture di vendita.

L'Amministrazione comunale ha peraltro chiesto alla Regione una riserva di contingente non inferiore a 60.000 mq. o di far parte di una U.T. autonoma non accompagnata da altri comuni.

Ciò per non vanificare i PRU e i programmi negoziati già sottoscritti dal comune e dalla Regione.

Diversamente, il Comune di Milano rischierebbe di gestire, forse, poche migliaia di mq. insufficienti a dare adeguate risposte alla molteplicità anche solo degli interventi in corso di attuazione, per non parlare di quelli in corso di programmazione e approvazione.



Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Dalla documentazione inviata non si ha notizia di specifici progetti di tutela del centro storico o di riqualificazione di zone urbane, adottati dal comune di Milano.

Sulla base delle disposizioni regionali si considerano centri storici quelle parti del territorio comunale, classificate in zona territoriale omogenea A) di cui al D.M. n. 1444/1968 e disciplinate dal Piano regolatore generale, interessate da agglomerati urbani che rivestano carattere storico, artistico e di particolare pregio ambientale.

Per quanto possibile deve essere preservata l'unitarietà morfologica e tipologica del centro storico; gli interventi di carattere commerciale non devono alterare i caratteri, gli elementi connotativi e le relazioni tra le diverse parti del tessuto storico meritevoli di conservazione.

Il riadattamento funzionale di unità edilizie esistenti deve essere coerente con gli elementi tipo-morfologici e strutturali dell'organismo edilizio da trasformare.

Il rapporto tra l'organismo commerciale, gli spazi pubblici circostanti e il contesto urbano viene calibrato in modo tale da preservare le peculiarità identificative del luogo storico, evitando l'eccessiva caratterizzazione commerciale mediante insegne pubblicitarie di forte impatto, arredi urbani omologanti, cromatismi eccessivi o estranei al contesto; su tali aspetti la normativa del piano procede ad un'attenta disciplina raccordandosi, per quanto necessario, al Regolamento Edilizio.

Gli strumenti urbanistici comunali devono favorire:

- 1) la conservazione nonché l'insediamento di nuovi esercizi di vicinato, capaci di valorizzare particolari percorsi e luoghi tradizionali del centro storico, individuando contestualmente idonee misure per l'accessibilità e la fruibilità dei medesimi, quali parcheggi, zone pedonali,

trasporti pubblici, arredi urbani, e simili;

2) la creazione di centri commerciali, agevolando l'insediamento di esercizi di vicinato già presenti nel comune secondo le seguenti modalità:

- a) apertura di un centro commerciale con superficie di vendita fino a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti mediante rilocalizzazione, concentrazione o accorpamento di più esercizi di vicinato;
- b) apertura di un centro commerciale con superficie di vendita superiore ai limiti delle medie strutture di vendita e fino a 5.000 mq di superficie di vendita nei comuni con popolazione residente superiore a 50.000 ab., che preveda rilocalizzazione, concentrazione o accorpamento di più esercizi di vicinato;
- c) apertura di un centro commerciale con superficie di vendita superiore a 5.000 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 100.000 ab., che preveda la rilocalizzazione, la concentrazione o l'accorpamento di più esercizi di vicinato.

È data comunque facoltà ai Comuni di derogare alle suddette modalità qualora siano predisposti appositi studi sulla compatibilità dell'insediamento commerciale nel contesto urbano di riferimento.

La creazione dei suddetti centri commerciali deve comunque avvenire nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale, privilegiando gli interventi in aree interessate da fenomeni di degrado urbano e sociale, nel quadro di programmi di riqualificazione urbana ed ambientale anche mediante la promozione di "Programmi integrati di intervento".

È ammessa la facoltà di monetizzazione parziale, nella misura massima del 50%, di aree ed attrezzature pubbliche o di uso pubblico non cedute al Comune a norma dell'art. 3, terzo comma, lettera g), della L.R. n. 14/99, da definirsi in apposita convenzione.

La realizzazione di grandi strutture di vendita va esclusa in ambiti di tutela paesistico ambientale quali i parchi naturali regionali, le riserve naturali regionali, i monumenti naturali e i parchi locali di interesse sovracomunale, salvo particolari eccezioni eventualmente contemplate dai Piani terri-

toriali di coordinamento provinciali; per quanto riguarda gli insediamenti esistenti, sono assenti unicamente ampliamenti nella misura massima del 20% della superficie di vendita salva diversa previsione contenuta in P.T.C. di parco ovvero in specifiche leggi regionali o nazionali.

Gli insediamenti eventualmente già previsti negli strumenti urbanistici comunali vigenti interessanti i predetti ambiti tutelati, sono assoggettati a pianificazione attuativa di interesse sovracomunale.

7

Urbanistica commerciale

❖ Una particolare attenzione viene posta dagli strumenti urbanistici alle esigenze di riqualificazione di insediamenti commerciali della media e grande distribuzione, ovvero di agglomerazioni di insediamenti commerciali, che non presentano ad oggi adeguate condizioni di accessibilità dall'esterno, di organizzazione urbanistica interna e di dotazione di servizi, di qualità architettonica ed ambientale; per tali insediamenti il Piano Regolatore Generale prevede adeguate misure di riassetto o sistemazione urbanistica ed ambientale, onde garantire una loro idonea funzionalità complessiva.

Gli insediamenti commerciali esistenti distribuiti lungo le principali arterie viabilistiche devono garantire per quanto possibile:

- il massimo contenimento della diffusione lineare lungo la viabilità e la previsione di complessi organizzati a sviluppo areale, adeguatamente dotati di servizi;
- la revisione delle modalità di accesso ai fini della sicurezza e della fluidità del traffico;
- il controllo della segnaletica pubblicitaria e della cartellonistica, da contenere in forme idonee soprattutto in zone di rilievo paesistico-ambientale;
- la limitazione della visibilità diretta dalle strade, anche attraverso congrue sistemazioni a verde.

Al fine di consentire l'adeguamento nei ristretti limiti temporali fissati dal D.Lgs. n. 114/98 i Comuni utilizzano, per quanto possibile, le c.d. "varianti semplificate", che prevedono procedure di livello comunale per l'approvazione della variante urbanistica; di conseguenza i Comuni verificano, per prima cosa, in quale o in quali delle fattispecie di variante semplificata possa ricadere la variante da assumere; in proposito si evidenzia che:

- a) possono ricorrere contemporaneamente più

d'una delle fattispecie previste da norme regionali;

- b) la semplice specificazione della destinazione d'uso di aree o di edifici a media o grande struttura di vendita, comunque già ricompresi in zone omogenee in cui la destinazione funzionale è comunque ammessa;
- c) la scheda informativa deve specificare, tra le varie indicazioni richieste, che la variante è assunta per l'adeguamento al presente regolamento inserendo tale precisazione nel punto 2.) della scheda stessa sotto le voci "Descrizione sintetica della variante" e "Riferimenti normativi" con la denominazione "Variante di adeguamento ex art. 6, D.Lgs. n. 114/98".

I Comuni che non possono ricorrere alla c.d. "variante semplificata", devono adottare, pubblicare, controdedurre e trasmettere alla Regione per l'approvazione la variante di adeguamento.

Anche per i Comuni che, pur potendo ricorrere alle procedure semplificate, verifichino che l'adeguamento del proprio P.R.G. non rientra in nessuna delle fattispecie previste, la variante deve essere stata adottata, pubblicata, controdedotta e trasmessa in Regione per l'approvazione.

Nel caso in cui lo strumento urbanistico generale sia già perfettamente coerente con i presenti criteri, il Comune ne dà atto con apposita deliberazione di Consiglio Comunale, da assumersi nel termine semestrale di adeguamento, da trasmettere alla Regione a fini informativi.

I presenti criteri procedurali riguardano il primo adeguamento urbanistico, da parte dei comuni, necessario al fine di non incorrere nell'intervento sostitutivo di cui all'art.6, comma 6, del D.Lgs. n. 114/98 e nella normativa transitoria di cui al successivo art. 30; i Comuni, una volta effettuato con le procedure di cui al presente capo il primo adeguamento del proprio strumento urbanistico generale al presente regolamento, possono sempre assumere, se necessario, altre varianti, riguardanti la problematica di urbanistica commerciale, attenendosi, comunque, ai presenti criteri di urbanistica commerciale.

I Comuni si attengono ai presenti criteri di urbanistica commerciale anche in sede di revisione generale di P.R.G., nonché in sede di pianificazione attuativa.

Nei Comuni che abbiano adottato nei termini, ma non ancora definitivamente approvato, apposita variante di adeguamento ai criteri sopra elencati, usufruendo delle procedure semplificate, ov-

vero abbiano trasmesso alla Regione per l'approvazione variante di adeguamento secondo le procedure ordinarie, sono applicabili sino all'avvenuta approvazione della variante stessa, le seguenti disposizioni:

- non è consentito il rilascio delle autorizzazioni di cui all'art. 8 del D.Lgs. n. 114/98 relative a medie strutture di vendita in aree a ciò non specificamente destinate dallo strumento urbanistico generale, ad eccezione dei casi in cui la struttura, comunque conforme sia allo strumento urbanistico vigente che alla variante adottata, venga dotata di parcheggi secondo le quantità previste dalla vigente normativa in materia di standards;
- non è consentito il rilascio delle autorizzazioni di cui all'art. 9 del D.Lgs. n. 114/98 relative a grandi strutture di vendita ad eccezione di quelle conformi alla normativa urbanistica sia vigente che adottata, ossia interessanti aree ricomprese in zone del P.R.G. vigente, in cui sia comunque consentita la grande distribuzione e risulti una dotazione di standards conforme alle vigenti disposizioni normative di cui alla L.R. n. 14/99.

Qualora l'intervento non rientri in una delle ipotesi di cui sopra, al progetto va allegato apposito studio di compatibilità territoriale- ambientale contenente:

- una descrizione delle caratteristiche progettuali;
- l'indicazione di tutte le informazioni necessarie in merito all'ubicazione dell'area interessata dall'intervento;
- l'indicazione degli eventuali vincoli gravanti sull'area interessata dal progetto e le eventuali mitigazioni proposte;
- una specifica descrizione del sistema viario, di trasporti e di accesso riguardante l'area interessata dal progetto, indicando le eventuali ipotesi progettuali per le necessarie sistemazioni migliorative;
- specifica relazione sulla dotazione di standard;
- valutazione delle ricadute sul sistema commerciale locale.

Lo studio di compatibilità territoriale- ambientale, di cui al precedente comma, deve essere allegato all'istanza di autorizzazione commerciale ed è esaminato dalla Conferenza dei Servizi di cui all'art. 9 del D.Lgs. n. 114/98.

Per quanto riguarda gli esercizi di vicinato, gli stessi sono sempre consentiti pur in mancanza di variante di adeguamento ai presenti criteri, salva espressa contraria previsione eventualmente già

contenuta nella vigente strumentazione urbanistica comunale.

Nei Comuni che non abbiano neppure adottato variante di adeguamento, le disposizioni di cui sopra, si applicano solo qualora ricorrano contestualmente tutte le seguenti condizioni:

- a) nell'ambito interessato dalla nuova struttura risulti un tasso di offerta commerciale basso secondo l'apposita Tabella allegata ai regolamenti regionali (tale requisito non è richiesto per le domande di cui all'art. 25, comma 6, del D.Lgs. n. 114/98 presentate entro il 24 aprile 1998);
- b) l'area interessata dalla nuova struttura non risulti sottoposta a nessuno dei seguenti vincoli: storico-artistico o archeologico, paesaggistico, idrogeologico e sismico, e non sia compresa in parchi nazionali o regionali, riserve naturali statali o regionali, monumenti naturali, parchi locali d'interesse sovracomunale;
- c) lo strumento urbanistico generale vigente nel Comune interessato sia un P.R.G. approvato dopo l'entrata in vigore della L.R. 15 dicembre 1975, n. 51 e consenta comunque la destinazione commerciale;
- d) la localizzazione proposta ricada in una delle fattispecie di cui all'art. 2, comma 2, della L.R. n. 23/1997.

Al fine di integrare la pianificazione territoriale ed urbanistica generale con la programmazione commerciale, i comuni favoriscono:

- a) una integrazione armonica degli insediamenti commerciali con il tessuto urbano esistente e previsto, nel rispetto dei valori architettonici ed ambientali e del contesto sociale;
- b) un adeguato livello di rinnovamento, di riqualificazione e di integrazione funzionale di tutte le attività commerciali presenti sul territorio;
- c) una integrazione delle attività commerciali con le altre attività lavorative al fine di garantire la presenza continuativa delle attività umane, attraverso la creazione di zone miste con la presenza di funzioni produttive, funzioni di servizio, funzioni commerciali, funzioni direzionali, funzioni ricettive e di spettacolo; tali zone sono prioritariamente individuate nelle aree dismesse e degradate, se presenti;
- d) un equilibrato rapporto tra la rete viaria e gli insediamenti commerciali in modo da evitare fenomeni negativi sulla rete viaria esistente;
- e) la creazione di uno o più centri commerciali nei centri storici agevolando l'insediamento di esercizi di vicinato già presenti nel comune.

In particolare gli strumenti urbanistici comunali, in coerenza con i criteri di programmazione urbanistica individuano:

- a) le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e quelle nelle quali consentire gli insediamenti di grandi strutture di vendita al dettaglio, nonché la disciplina per la realizzazione degli stessi;
- b) le prescrizioni a cui devono uniformarsi gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali, nonché all'arredo urbano, nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- c) le misure per una corretta integrazione tra strutture commerciali e servizi ed attrezzature pubbliche;
- d) le prescrizioni e gli indirizzi di natura urbanistica ed in particolare quelle inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita.

In adeguamento ai criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale, i piani regolatori generali e relative varianti devono altresì prevedere che le aree destinate a grandi strutture di vendita siano dotate di attrezzature pubbliche o di uso pubblico almeno nella misura del 200% della superficie lorda di pavimento degli edifici previsti, di cui almeno la metà deve essere destinata a parcheggi di uso pubblico.



Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

- ❖ Non si ha notizia dell'adozione di provvedimenti né regionali né comunali in materia. ●

Consistenze									
MILANO	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	422	1.136	3.054	411	1.121	3.036	-2,6%	-1,3%	-0,6%
Non specializzati	223	467	1.031	219	448	960	-1,8%	-4,1%	-6,9%
Non specializzati prevalenza alimentare	655	1.960	8.800	635	1.924	8.838	-3,1%	-1,8%	0,4%
Non specializzati prevalenza non alimentare	228	439	1.002	208	407	955	-8,8%	-7,3%	-4,7%
Frutta e verdura	432	1.084	3.114	409	1.010	2.976	-5,3%	-6,8%	-4,4%
Carne e prodotti a base di carne	517	1.256	3.439	511	1.218	3.320	-1,2%	-3,0%	-3,5%
Pesci, crostacei, molluschi	49	99	230	49	92	222	0,0%	-7,1%	-3,5%
Pane, pasticceria, dolciumi	611	1.215	2.167	590	1.162	2.089	-3,4%	-4,4%	-3,6%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	68	270	812	71	262	799	4,4%	-3,0%	-1,6%
Tabacco e altri generi di monopolio	230	638	2.369	243	663	2.459	5,7%	3,9%	3,8%
Altri esercizi specializzati alimentari	898	1.872	3.626	834	1.741	3.353	-7,1%	-7,0%	-7,5%
Farmacie	333	876	2.503	331	865	2.524	-0,6%	-1,3%	0,8%
Articoli medicali e ortopedici	81	146	368	82	149	382	1,2%	2,1%	3,8%
Cosmetici e articoli di profumeria	574	1.199	2.775	577	1.187	2.737	0,5%	-1,0%	-1,4%
Prodotti tessili e biancheria	436	820	2.154	429	797	2.089	-1,6%	-2,8%	-3,0%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	2.897	5.880	14.974	2.856	5.798	14.922	-1,4%	-1,4%	-0,3%
Calzature e articoli in cuoio	761	1.362	3.258	756	1.358	3.239	-0,7%	-0,3%	-0,6%
Mobili, casalinghi, illuminazione	949	2.388	5.868	964	2.379	5.857	1,6%	-0,4%	-0,2%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	568	1.208	2.755	580	1.188	2.734	2,1%	-1,7%	-0,8%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	509	1.230	3.416	492	1.210	3.456	-3,3%	-1,6%	1,2%
Libri, giornali, cartoleria	1.587	3.289	7.002	1.561	3.254	6.899	-1,6%	-1,1%	-1,5%
Altri esercizi specializzati non alimentari	3.102	6.302	15.588	3.128	6.266	15.467	0,8%	-0,6%	-0,8%
Articoli di seconda mano	175	217	402	183	227	419	4,6%	4,6%	4,2%
TOTALE	16.305	35.353	90.707	16.119	34.726	89.732	-1,1%	-1,8%	-1,1%

Aperture per merceologia

MILANO		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Alim. e non alim.	Esercizi	28	67	363	37	69	301	32,1%	3,0%	-17,1%
	Mq. vendita	4.765	11.104	32.081	2.962	5.351	22.353	-37,8%	-51,8%	-30,3%
Alimentare	Esercizi	127	264	1.033	156	283	827	22,8%	7,2%	-19,9%
	Mq. vendita	7.170	14.860	55.071	7.731	22.480	48.612	7,8%	51,3%	-11,7%
Non alimentare	Esercizi	851	1.749	5.653	895	1.730	4.589	5,2%	-1,1%	-18,8%
	Mq. vendita	69.879	160.464	449.017	65.028	137.963	369.399	-6,9%	-14,0%	-17,7
Non rilevabile	Esercizi	1	1	15				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	24	43	174	124	150	241	416,7%	248,8%	38,5%
	Mq. vendita	844	1.732	6.694	6.446	7.482	9.822	663,7%	332,0%	46,7%
TOTALE	Esercizi	1.031	2.124	7.238	1.212	2.232	5.958	17,6%	5,1%	-17,7%
	Mq. vendita	82.658	188.160	542.863	82.167	173.276	450.186	-0,6%	-7,9%	-17,1%
Medio										
Alim. e non alim.	Esercizi	5	23	99	15	45	162	200,0%	95,7%	63,6%
	Mq. vendita	1.663	13.309	58.451	7.025	26.187	106.161	322,4%	96,8%	81,6%
Alimentare	Esercizi	-	5	15	-	-	9	-	-	-40,0%
	Mq. vendita	-	2.226	6.956	-	-	5.187	-	-	-25,4%
Non alimentare	Esercizi	6	16	116	8	18	84	33,3%	12,5%	-27,6%
	Mq. vendita	4.202	16.197	76.402	6.300	13.780	59.213	49,9%	-14,9%	-22,5%
TOTALE	Esercizi	11	44	230	23	63	255	109,1%	43,2%	10,9%
	Mq. vendita	5.865	31.732	141.809	13.325	39.967	170.561	127,2%	26,0%	20,3%
Grande										
Alim. e non alim.	Esercizi	-	1	2	-	1	12	-	0,0%	500,0%
	Mq. vendita	-	7.527	14.127	-	3.600	67.620	-	-52,2%	378,7%
Alimentare	Esercizi	-	-	1	-	1	1	-	-	0,0%
	Mq. vendita	-	-	2.253	-	336	336	-	-	-85,1%
Non alimentare	Esercizi	1	2	4	-	3	11	-	50,0%	175,0%
	Mq. vendita	1.430	2.630	4.703	-	8.834	38.958	-	235,9%	728,4%
TOTALE	Esercizi	1	3	7	-	5	24	-	66,7%	242,9%
	Mq. vendita	1.430	10.157	21.083	-	12.770	106.914	-	25,7%	407,1%
TOTALE										
Alim. e non alim.	Esercizi	33	91	464	52	115	475	57,6%	26,4%	2,4%
	Mq. vendita	6.428	31.940	104.659	9.987	35.138	196.134	55,4%	10,0%	87,4%
Alimentare	Esercizi	127	269	1.049	156	284	837	22,8%	5,6%	-20,2%
	Mq. vendita	7.170	17.086	64.280	7.731	22.816	54.135	7,8%	33,5%	-15,8%
Non alimentare	Esercizi	858	1.767	5.773	903	1.751	4.684	5,2%	-0,9%	-18,9%
	Mq. vendita	75.511	179.291	530.122	71.328	160.577	467.570	-5,5%	-10,4%	-11,8%
Non rilevabile	Esercizi	1	1	15				-100,0%	-100,0%	-100,0%
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	24	43	174	124	150	241	416,7%	248,8%	38,5%
	Mq. vendita	844	1.732	6.694	6.446	7.482	9.822	663,7%	332,0%	46,7%
TOTALE	Esercizi	1.043	2.171	7.475	1.235	2.300	6.237	18,4%	5,9%	-16,6%
	Mq. vendita	89.953	230.049	705.755	95.492	226.013	727.661	6,2%	-1,8%	3,1%

Aperture per tipologia										
MILANO		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Concentrazione	Esercizi	1	1	3	-	-	2	-	-	-33,3%
	Mq. vendita	300	300	502	-	-	1.390	-	-	176,9%
Nuovo esercizio	Esercizi	750	1.533	5.021	831	1.531	3.936	10,8%	-0,1%	-21,6%
	Mq. vendita	57.681	117.897	356.843	54.469	115.916	289.191	-5,6%	-1,7%	-19,0%
Subingresso	Esercizi	280	590	2.214	381	701	2.020	36,1%	18,8%	-8,8%
	Mq. vendita	24.677	69.963	185.518	27.698	57.360	159.605	12,2%	-18,0%	-14,0%
TOTALE	Esercizi	1.031	2.124	7.238	1.212	2.232	5.958	17,6%	5,1%	-17,7%
	Mq. vendita	82.658	188.160	542.863	82.167	173.276	450.186	-0,6%	-7,9%	-17,1%
Medio										
Concentrazione	Esercizi	-	-	14	-	-	2	-	-	-85,7%
	Mq. vendita	-	-	6.362	-	-	1.385	-	-	-78,2%
Nuovo esercizio	Esercizi	3	5	23	3	7	34	0,0%	40,0%	47,8%
	Mq. vendita	1.355	3.354	12.024	2.868	5.966	32.768	111,7%	77,9%	172,5%
Subingresso	Esercizi	8	39	193	20	56	219	150,0%	43,6%	13,5%
	Mq. vendita	4.510	28.378	123.423	10.457	34.001	136.408	131,9%	19,8%	10,5%
TOTALE	Esercizi	11	44	230	23	63	255	109,1%	43,2%	10,9%
	Mq. vendita	5.865	31.732	141.809	13.325	39.967	170.561	127,2%	26,0%	20,3%
Grande										
Nuovo esercizio	Esercizi	1	1	1	-	2	4	-	100,0%	300,0%
	Mq. vendita	1.430	1.430	1.430	-	9.316	25.316	-	551,5%	1670,3%
Subingresso	Esercizi	-	2	6	-	3	20	-	50,0%	233,3%
	Mq. vendita	-	8.727	19.653	-	3.454	81.598	-	-60,4%	315,2%
TOTALE	Esercizi	1	3	7	-	5	24	-	66,7%	242,9%
	Mq. vendita	1.430	10.157	21.083	-	12.770	106.914	-	25,7%	407,1%
TOTALE										
Concentrazione	Esercizi	1	1	17	-	-	4	-	-	-76,5%
	Mq. vendita	300	300	6.864	-	-	2.775	-	-	-59,6%
Nuovo esercizio	Esercizi	754	1.539	5.045	834	1.540	3.974	10,6%	0,1%	-21,2%
	Mq. vendita	60.466	122.681	370.297	57.337	131.198	347.275	-5,2%	6,9%	-6,2%
Subingresso	Esercizi	288	631	2.413	401	760	2.259	39,2%	20,4%	-6,4%
	Mq. vendita	29.187	107.068	328.594	38.155	94.815	377.611	30,7%	-11,4%	14,9%
TOTALE	Esercizi	1.043	2.171	7.475	1.235	2.300	6.237	18,4%	5,9%	-16,6%
	Mq. vendita	89.953	230.049	705.755	95.492	226.013	727.661	6,2%	-1,8%	3,1%

Venezia

Comune di

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Il comune ha fissato i limiti giornalieri di apertura e chiusura nella fascia oraria compresa tra le 07.00 e le ore 22.00.

Ciascun esercente è libero di scegliere il proprio orario all'interno dei limiti giornalieri sopra citati, non superando comunque le 13 ore giornaliere.

La regola generale è che tutti gli esercenti devono osservare la chiusura totale nei giorni domenicali e festivi.

Il Centro Storico e le isole di Venezia, esclusa la zona di terraferma, sono state, però, dichiarate "a prevalente economia turistica e città d'arte". È quindi consentito, in tali aree, agli esercizi di vendita al dettaglio, sia di determinare liberamente gli orari di apertura e chiusura domenicale e festiva, sia di derogare all'obbligo di chiusura infrasettimanale per la durata dell'intero anno solare.

Nelle restanti aree del comune (zone di terraferma) gli esercenti possono derogare all'obbligo della chiusura domenicale e festiva, nei seguenti periodi:

- nel mese di dicembre;
- in altre 8 domeniche individuate annualmente con provvedimento sindacale da adottarsi entro il 30 novembre dell'anno precedente, sentite le organizzazioni locali dei consumatori, delle imprese del commercio e dei lavoratori dipendenti.

B) Aperture notturne

❖ Dalla documentazione inviata non risulta l'è stato adottato alcun provvedimento comunale in ordine alla regolamentazione delle aperture notturne e dell'insediamento di drugstore.

2

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ (Normativa transitoria abrogata con Deliberazione Consiglio Comunale n.125/01)

Con delibera della Giunta comunale in alcune aree del territorio comunale specificamente individuate ed, in linea di massima, corrispondenti con l'intera area storico-artistica di Venezia, e con il presupposto che:

- tali zone, alla data della delibera (novembre 1999) fossero già oggetto di interventi di ristrutturazione;

turazione e riqualificazione, nonché di creazione di infrastrutture e di servizi, il tutto finalizzato a restituire le zone alla tradizionale funzione commerciale e turistica;

- su tali aree occorresse procedere alla programmazione di interventi volti ad evitare la progressiva espulsione delle attività tradizionali a favore di esercizi specificamente rivolti al turismo di massa, con offerta di prodotti che nulla hanno a che fare con la realtà storico-culturale del territorio;
- la consistenza della rete distributiva di tali esercizi risulta notoriamente più che adeguata alla domanda commerciale e turistica in tutte le zone prese in considerazione;

Per un periodo di due anni (biennio prorogato con successiva delibera fino all'8 novembre 2001), le comunicazioni di apertura, trasferimento ed ampliamento degli esercizi di vicinato non producono effetti, relativamente a quegli esercizi che intendono porre in vendita i seguenti prodotti del settore non alimentare:

- 1) accessori di abbigliamento e maglieria;
- 2) prodotti tipici originali dell'artigianato veneziano (vetri e merletti);
- 3) articoli di ricordo;
- 4) libri, cartoline, piante, guide, materiale illustrativo di Venezia;
- 5) articoli cine e foto-ottica;
- 6) occhiali da sole;
- 7) bigiotteria e chincaglieria;
- 8) giocattoli ed articoli per il carnevale;
- 9) articoli religiosi.

Inoltre, in una zona particolare – Sottoportico di Rialto – la comunicazione di cui sopra produce effetto solo quando si tratta di attività destinate alla vendita di prodotti orafi.

Le limitazioni sopra citate riguardavano anche l'avvio di attività di commercio su aree pubbliche.

Tale normativa è stata poi abrogata (anche a seguito di contenzioso amministrativo-giudiziario) con Deliberazione del Consiglio Comunale n.125/01.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ Per l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento di superficie degli esercizi di vicinato come individuati dall'articolo 7, comma 1, lettera a) del D.Lgs. n.114/98 si fa riferimento ai principi generali espressi dal medesimo decreto di riforma.

ma. sono subordinati a previa comunicazione da parte degli interessati, effettuata secondo le disposizioni dell'articolo 7 del decreto legislativo.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ Le norme regionali stabiliscono alcuni principi base, cui i comuni devono attenersi nell'adozione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni all'apertura di medie strutture di vendita:

- a) modernizzazione del sistema distributivo;
- b) garanzia di concorrenzialità del sistema distributivo;
- c) salvaguardia dell'ambiente e della viabilità dei centri urbani;
- d) mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità;
- e) equilibrio delle diverse forme distributive;
- f) tutela delle piccole e medie imprese commerciali;
- g) identificazione di strumenti di politica del territorio quali la sicurezza, il flusso veicolare, i trasporti pubblici.

Sono, quindi, soggette ad autorizzazione del comune le seguenti fattispecie:

- nuova apertura di una media struttura di vendita;
- l'ampliamento della superficie di vendita;
- il trasferimento di sede;
- il cambio o l'ampliamento del settore merceologico;
- l'accorpamento e concentrazione;
- la nuova apertura di un centro commerciale.

Nell'istanza da presentarsi su modello predisposto dalla regione, il richiedente deve dichiarare a pena di inammissibilità:

- 1) il settore o i settori merceologici;
- 2) il possesso dei requisiti professionali in casi di richiesta di autorizzazione per il settore merceologico alimentare;
- 3) la superficie di vendita dell'esercizio;
- 4) l'ubicazione dell'esercizio;
- 5) eventuali condizioni di deroga;
- 6) l'assenza di condizioni ostative all'esercizio dell'attività commerciale

In caso di società i requisiti di cui sopra devono essere posseduti dal legale rappresentante o dalla persona preposta specificamente alla gestione dell'attività commerciale.

L'istanza deve essere sottoscritta dal richiedente a pena di nullità.

La sottoscrizione non è soggetta ad autentica ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, oppure nel caso in cui l'istanza sia presentata

unitamente a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

All'istanza deve essere allegata la seguente documentazione:

- planimetrie in scala 1:200 datate e firmate da tecnico iscritto all'albo professionale riportanti la visibilità esistente, in programma, l'accessibilità, i parcheggi, la superficie di vendita, la superficie commerciale e l'area libera;
- relazione tecnico-descrittiva dell'iniziativa che dimostri la compatibilità dell'insediamento con lo strumento urbanistico e la sussistenza degli standard di cui alle norme regionali;
- studio della viabilità.

In caso di media struttura maggiore:

- la rappresentazione e descrizione della rete viaria interessante l'ambito territoriale in cui è localizzata la struttura in scale 1:5000;
- la descrizione della tratta o delle tratte stradali interessate all'intervento per una raggio almeno di 500 metri rispetto ai punti di accesso e di uscita, con indicazione degli incroci ed intersezioni più prossimi e degli eventuali caselli di autostrade o superstrade;
- geometria della tratta o delle tratte stradali interessate dalla struttura;
- indagine e rappresentazione dei flussi di traffico diurno per fasce orarie 8.00-20.00 divise per intervalli di 15 minuti delle giornate di venerdì e sabato, con evidenziazione delle ore di punta, statisticamente 11.00-12.00 / 17.00-18.00;
- ammissibilità degli accessi direttamente sulla viabilità principale in assenza di alternative sulla rete viaria secondaria;
- analisi dell'impatto sul traffico in funzione delle soluzioni adottate e della frequenza di rotazione della sosta, qualora gli accessi siano posizionati direttamente sulla viabilità principale;
- rappresentazione geometrica delle soluzioni varie proposte (studio, analisi e verifica funzionale dei nodi eseguita secondo i principi della "Teoria e Tecnica della circolazione"; nel caso di intersezioni semaforizzate dovranno essere rappresentati/ottimizzati cicli e fasi semaforiche, nonché formulate eventuali proposte di adeguamento dell'impianto).

Dovrà inoltre essere allegata anche:

- a) per edificio già in possesso di concessione edilizia all'entrata in vigore delle norme comunali:
 - dichiarazione contenente gli estremi della concessione edilizia e della Z.T.O. di piano ove l'immobile insiste;

- dichiarazione attestante che i locali ove andrà insediata, ampliata o trasferita la media struttura, nonché il centro commerciale, corrispondono a quanto concessionato;

- b) qualora per la struttura debba essere rilasciata la concessione/autorizzazione edilizia dovrà essere allegata copia dell'istanza di concessione/autorizzazione edilizia

Nel caso di accorpamento o concentrazione si dovrà produrre anche la documentazione relativa alla cessione di azienda e l'atto unilaterale d'obbligo con il quale il richiedente s'impegna al reimpiego del personale, degli esercizi concentrati o accorpati, salvo sua espressa rinuncia.

Il rilascio dell'autorizzazione deve essere contestuale a quello del rilascio della concessione edilizia. L'esito negativo di uno dei due procedimenti inficia anche l'altro. Per contro, l'eventuale buon fine di uno dei due non costituisce presupposto per la positiva conclusione dell'altro.

L'istanza si intende accolta qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego nel termine di 90 giorni dalla data di presentazione del protocollo del comune o dalla data di ricevimento.

Tale termine può essere sospeso dal responsabile del procedimento una sola volta, per richieste di chiarimenti ed elementi integrativi dell'istanza. Il termine resta sospeso fino a compiuta acquisizione delle integrazioni richieste. I termini per la conclusione del procedimento restano sospesi nel caso in cui venga sospeso o interrotto il procedimento edilizio eventualmente correlato.

Responsabile del procedimento è il dirigente dell'ufficio commercio o suo delegato.

Il procedimento per il rilascio dell'autorizzazione commerciale deve essere unico e l'istruttoria non potrà prescindere dai fondamentali aspetti urbanistici, edilizi, ambientali e viabilistici.

Il responsabile chiederà il parere obbligatorio:

- dell'ufficio edilizia privata e dell'ufficio urbanistica ai fini del rispetto degli standard e delle norme urbanistiche;
- per le medie strutture maggiori dell'ufficio alla mobilità e traffico per quanto attiene l'impatto sulla viabilità.

Ai fini del provvedimento finale ed in ossequio ai principi di snellimento e semplificazione dei procedimenti, nel caso di strutture medio-grandi, il responsabile del procedimento può convocare una conferenza dei servizi. Ai fini del rilascio è necessario il parere favorevole unanime.

La partecipazione degli uffici o servizi comu-

nali, quando richiesta, è obbligatoria.

Sono soggette a sola comunicazione, le seguenti fattispecie:

- subingresso;
- riduzione della superficie di vendita;
- eliminazione di un settore merceologico;
- cessazione dell'attività.

Le comunicazioni hanno effetto immediato.

Le norme comunali relative alle procedure di rilascio dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita hanno una durata pari ai provvedimenti regionali in materia di programmazione regionale. Attualmente tale durata è quantificata in anni due. Il provvedimento comunale è automaticamente rinnovato, allo scadere del biennio, fino all'adozione di un nuovo provvedimento.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - Il richiedente, sulla base delle norme regionali, presenta al comune competente per territorio, istanza di autorizzazione al comune competente per territorio, utilizzando allo scopo l'apposita modulistica approvata con delibera di giunta regionale n. 3139 del 14.9.1999. L'istanza di autorizzazione deve essere presentata il medesimo giorno, a pena di irricevibilità, alla provincia e alla regione; la presentazione dell'istanza può essere effettuata tramite raccomandata con avviso di ricevimento ovvero a mano: nel primo caso ai fini della presentazione contestuale a regione provincia e comune, fa fede il timbro dell'ufficio postale accettante, mentre nel secondo caso l'ufficio competente a ricevere la documentazione rilascia apposita ricevuta.

Nell'istanza dovranno essere dichiarati, a pena di inammissibilità, ai sensi dell'art. 18 della legge regionale;

- a) il settore o i settori merceologici;
- b) il possesso dei requisiti professionali in caso di *richiesta di autorizzazione* per il settore merceologico alimentare, ai sensi dell'art. 5 del decreto legislativo n. 114/1998;
- c) l'ubicazione dell'esercizio;
- d) la superficie di vendita dell'esercizio;
- e) l'assenza delle condizioni ostative all'esercizio dell'attività commerciale previste dall'art. 5, comma 2 del decreto legislativo n. 114 del 1998.

In caso di società, il possesso di uno dei requisiti è richiesto con riferimento al legale rappresentante o ad altra persona preposta specificamente all'attività commerciale.

L'istanza di autorizzazione deve essere sottoscritta dal richiedente, a pena di nullità; la sottoscrizione non è soggetta ad autenticazione ove sia apposta in presenza del dipendente addetto, ovvero nel caso in cui l'istanza sia presentata *unitamente* a copia fotostatica, anche non autenticata, del documento di identità del sottoscrittore.

All'istanza di autorizzazione presentata al comune competente per territorio, deve essere allegata la seguente documentazione:

- a) una relazione illustrativa delle iniziative con riferimento alle previsioni degli strumenti urbanistici e di programmazione regionale, provinciali e comunali, alla rete commerciale esistente (dettaglio, tradizionale e moderno) e specificazioni rispetto ai settori interessati e relativa superficie di vendita, alle attività paracommerciali (somministrazioni di alimenti e bevande, artigianato di servizio ed altre attività terziarie);
 - b) idonea documentazione relativa all'impatto sulla viabilità;
 - c) documentazione necessaria per ottenere il rilascio della concessione edilizia con le modalità e formalità richieste in base all'ordinamento comunale, tranne nel caso di cui alla successiva lettera a).
- a) All'istanza deve essere, altresì, allegata, anche sotto forma di autocertificazione, la seguente documentazione:
- a) dichiarazione contenente gli estremi della concessione edilizia riferita all'iniziativa commerciale in oggetto, qualora il richiedente ne sia già in possesso;
 - b) ogni autorizzazione, nulla osta, concessione, licenza, parere, intesa e atto di assenso, comunque denominato, indispensabile e preventivo rispetto alla istanza di autorizzazione di competenza di enti terzi;
 - c) in caso di istanza di autorizzazione all'apertura di centri commerciali con superficie di vendita superiore a mq. 8.000, questa dovrà essere corredata *dell'esito* relativo alla valutazione di impatto ambientale, acquisita ai sensi della vigente normativa regionale in materia; in tal caso non si applica la procedura regionale relativa alla richiesta di *rilascio autorizzazioni*, pareri, nulla osta e assensi comunque denominati per le materie attinenti alla valutazione d'impatto ambientale né la disposizione regionale relativa alla conferenza di servizi sulla medesima materia di valutazione impatto ambientale.



d) ogni atto utile a dimostrare il possesso delle condizioni.

La documentazione va prodotta in unica copia; la documentazione relativa ad elaborati non riproducibili nei consueti formati A4 o A3 va prodotta in triplice copia; sarà cura dell'amministrazione comunale competente provvedere alla duplicazione della documentazione da inviare alla regione e alla provincia.

La regione, in base all'ordine di presentazione delle istanze, provvede immediatamente alla "prenotazione" della superficie di vendita in conformità agli obiettivi di presenza e sviluppo indicati nella legge regionale, evidenziando, altresì, le domande concorrenti per la medesima area. In caso di istanze presentate o spedite il medesimo giorno, ove non sia possibile rilevare altrimenti la priorità, si applicano le disposizioni della legge regionale, in quanto compatibili.

La data e il numero di protocollo dell'istanza vengono comunicate al comune procedente e alla provincia anche previo utilizzo di appositi canali telematici.

Gli uffici regionali di settore, entro 30 giorni dalla presentazione dell'istanza, accertano la completezza della documentazione di propria competenza.

Qualora venga rilevata l'incompletezza o l'irregolarità della documentazione ricevuta, gli uffici regionali, entro il termine di 30 giorni dalla presentazione dell'istanza, richiedono all'interessato con le modalità che possano garantire la massima celerità della comunicazione, la necessaria documentazione integrativa che dovrà pervenire entro il 45° giorno successivo alla data di presentazione dell'istanza di autorizzazione.

Decorso inutilmente tale termine, la regione provvede nei 15 giorni successivi alla cancellazione della prenotazione della superficie di vendita; la cancellazione viene comunicata al richiedente nonché al comune e alla provincia. Il medesimo adempimento viene effettuato anche in caso di richiesta di cancellazione della prenotazione da parte del comune o della provincia. Contestualmente, la regione richiede al comune procedente la convocazione della conferenza di servizi, al fine di formalizzare la conclusione del procedimento.

La regione, inoltre, con decreto del dirigente regionale della direzione regionale commercio, fissa periodicamente il luogo e il calendario delle conferenze; in assenza di tale determinazione, la

conferenza di servizi ha luogo presso gli uffici della giunta regionale.

Il responsabile del procedimento, ricevuta l'istanza, provvede immediatamente alla trasmissione, alla regione e alla provincia, della documentazione di rispettiva competenza; la lettera di trasmissione impegna le amministrazioni a concludere i necessari adempimenti istruttori entro la data di svolgimento della conferenza di servizi.

Il responsabile del procedimento entro il termine di 30 giorni dalla data di ricevimento dell'istanza provvede ai seguenti adempimenti:

- a) verifica la sussistenza dei requisiti essenziali e della sottoscrizione della istanza;
- b) accerta la completezza della documentazione di competenza comunale e provvede alla relativa trasmissione agli uffici comunali di settore;
- c) qualora rilevi l'insussistenza di uno dei requisiti essenziali invia alla regione richiesta di cancellazione della prenotazione della superficie di vendita;
- d) qualora rilevi l'incompletezza o l'irregolarità della documentazione, richiede all'interessato la necessaria documentazione integrativa che dovrà pervenire entro il 45° giorno successivo alla data di presentazione dell'istanza di autorizzazione. Decorso inutilmente tale termine, il responsabile del procedimento nei 15 giorni successivi trasmette alla regione richiesta di cancellazione della prenotazione della superficie di vendita, provvedendo contestualmente alla convocazione della conferenza di servizi, al fine di formalizzare la conclusione del procedimento;
- e) convoca la conferenza di servizi entro e non oltre i 60 giorni successivi alla data di ricevimento dell'istanza.

L'amministrazione provinciale interessata, sulla base delle proprie competenze e in conformità ai principi enunciati all'art. 2 della legge 8.6.1990, n. 142 e successive modificazioni, nonché in relazione al ruolo riconosciuto alla provincia rispetto alla disciplina del commercio ai sensi del decreto legislativo 31.3.1998, n. 114, provvede ai seguenti adempimenti, entro 30 giorni dalla data di ricevimento dell'istanza:

- a) verifica la contestualità del ricevimento dell'istanza in regione ed in comune;
- b) esamina, accertandone la completezza, la documentazione di propria competenza, ricevuta dal responsabile del procedimento;
- c) qualora rilevi l'incompletezza o l'irregolarità

della documentazione ricevuta, richiede all'interessato la necessaria documentazione integrativa che dovrà pervenire entro il 45° giorno successivo alla data di presentazione dell'istanza di autorizzazione. Decorso inutilmente tale termine, la provincia nei quindici giorni successivi trasmette alla regione richiesta di cancellazione della prenotazione della superficie di vendita e richiede contestualmente al comune precedente la convocazione della conferenza di servizi, al fine di formalizzare la conclusione del procedimento;

- d) provvede ai necessari adempimenti istruttori entro la data di svolgimento della conferenza di servizi convocata dal comune precedente e comunicata dal responsabile del procedimento. La deliberazione della conferenza di servizi relativa all'autorizzazione commerciale è adottata a maggioranza degli aventi diritto; si considera acquisito l'assenso dell'amministrazione la quale, regolarmente convocata, non abbia partecipato alla conferenza; il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della regione.
- f) l'allegazione degli atti di legittimazione di ciascun rappresentante dei soggetti partecipanti.

In caso di esito positivo della conferenza, il comune provvede al rilascio della richiesta autorizzazione, sulla base della deliberazione della conferenza di servizi; la regione provvede al conseguente aggiornamento delle quantità previste dagli obiettivi di sviluppo.

Il responsabile procede, altresì, alla tempestiva comunicazione del provvedimento al richiedente.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 5, dal decreto legislativo n. 114 del 31.3.1998, qualora la conferenza abbia deliberato in senso negativo in ordine alla richiesta di autorizzazione commerciale, il relativo provvedimento di diniego, emesso dal comune competente, va comunicato al richiedente entro e non oltre il termine di 120 giorni dalla data di convocazione della conferenza. In caso di mancata comunicazione del provvedimento di diniego entro il suddetto termine, la istanza di autorizzazione deve ritenersi accolta.

D) Apertura centro commerciale

- ❖ Le autorizzazioni amministrative relative a singoli esercizi collocati all'interno di centri commer-

ciali non possono essere trasferite al di fuori dei centri commerciali stessi. I centri commerciali possono essere integrati da esercizi per la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande che possono essere autorizzati, in deroga alla specifica programmazione comunale di settore, con gli orari dei centri commerciali di cui fanno parte. Tali esercizi non contribuiscono a formare la superficie massima di vendita dei centri.

Ai titolari di autorizzazioni relative a strutture o centri commerciali rilasciate ai sensi della previgente normativa fino alla data di entrata in vigore della presente legge, non può essere negata dal comune l'autorizzazione alla modifica della ripartizione interna della superficie di vendita nella misura massima del cinquanta per cento di quella prevista dall'autorizzazione originaria per ciascun esercizio o insieme di esercizi, fermi restando comunque il limite massimo di superficie complessiva autorizzata e il rapporto tra settori merceologici.

E) Contestualità tra concessione/autorizzazione edilizia ed autorizzazione commerciale

- ❖ Si fa riferimento a quanto già sottolineato alle precedenti lettere B) e C) relative alle medie e grandi strutture di vendita.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

- ❖ Per le medie strutture è sempre consentito, nel caso di esercizio attivo con il settore alimentare, il cambio o l'aggiunta del settore merceologico non alimentare, a prescindere dagli standard urbanistici di riferimento.

In una struttura, invece, del settore non alimentare è consentito il cambio o l'aggiunta del settore merceologico alimentare che utilizzi oltre il 50% della superficie di vendita, previo adeguamento degli standard urbanistici di riferimento nelle modalità previste dalle norme regolamentari, tranne che:

- nella zona della città antica in cui le localizzazioni per i mutamenti o allargamenti di settore merceologico sono specificamente individuati attraverso tabelle comunali.

Per quanto riguarda le grandi strutture di vendita, il mutamento del settore merceologico degli esercizi operanti all'interno di esse sono sempre soggetti ad autorizzazione amministrativa.

Medie strutture di vendita

A) classificazione Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ Le medie strutture di vendita si specificano in due classi dimensionali:

- minori: con superficie di vendita da 250 a 1.000 mq.;
- maggiori con superficie di vendita da 1.000 a 2.500 mq.

Per centro commerciale si intende una struttura media costituita da più esercizi, la somma delle cui superfici di vendita raggiunge i limiti dimensionali di una media struttura. Qualora tale limite sia superiore ai 1.000mq. devono essere osservate le norme relative all'impatto sulla viabilità.

Ai fini del raccordo tra programmazione commerciale e la strumentazione urbanistica il territorio comunale è diviso in ZTO(zone)T (territoriale)O (omogenee) di tipo A-B-C1-C2-D-AEV.

Limiti dimensionali, rispetto alle classi demografiche sono, per le medie strutture di vendita, su tutto il territorio regionale sono:

- 1) superficie oltre 250 mq e non superiore a 2.500 mq. nei comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti;
- 2) superficie oltre 150 mq e non superiore a 1.500 mq. nei comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti;

B) Criteri qualitativi

❖ Non sono previsti specifici criteri qualitativi per le medie strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

❖ Il Comune provvede a definire le zone destinate a parcheggio nei limiti, regionevoli, di seguito indicati:

- a) per le aree di centro storico, o eventualmente in aree limitrofe, devono essere reperiti parcheggi nella misura di 0,2 mq./mq. superficie di pavimento, in relazione al complesso delle strutture commerciali. L'amministrazione comunale, qualora dimostri l'impossibilità -, per mancata disponibilità di aree idonee, ovvero per ragioni di rispetto ambientale e di salvaguardia delle caratteristiche, della conformazione e delle funzioni della zona stessa -, di raggiungere le quantità minime di cui sopra, deve precisare come siano altrimenti soddisfatti i fabbisogni delle zone di sosta;
- b) nelle altre zone territoriali omogenee, per le zone di completamento deve essere reperita a

parcheggio almeno una quantità di 0,4 mq./mq. di superficie di pavimento e per le zone di espansione, includendo in queste anche le zone di ristrutturazione urbanistica che prevedono la rifunzionalizzazione delle aree o degli edifici, almeno una quantità di 0,5 mq./mq. di superficie di pavimento.

Qualora si debbano insediare in zone territoriali omogenee diverse dai centri storici, medie strutture di vendita, le aree a servizi devono avere comunque una superficie minima complessiva non inferiore a quanto di seguito indicato:

- area libera: non inferiore a 1,80 mq./mq. della superficie di vendita, di cui area destinata a parcheggio effettivo per i clienti non inferiore a 0,70 mq./mq. della superficie di vendita e non inferiore a 0,50 mq./mq. della superficie a destinazione commerciale.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ L'apertura, il trasferimento e l'ampliamento di una media struttura di vendita (minore, fino a 1.000mq.) è consentita nell'ambito del territorio comunale nelle ZTO di tipo: A-B-C1-D-AEV

Il comune ha predisposto una cartografia del territorio comunale in cui individua specificamente (a tratto) le aree in cui è consentita l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento di medie strutture minori. Ai fini della zonizzazione acustica non sono insediabili strutture di vendita nelle zone rientranti in aree particolarmente protette sotto questo aspetto.

Nella ZTO di tipo A (città antica) sono consentite solo aperture di medie strutture minori. Le localizzazioni sono anche in tal caso specificamente individuate attraverso una tavola apposita.

Al di fuori della ZTO di tipo A, cui accennaremo in seguito, il comune ha previsto una certa quantità di superficie relativa ad opportunità insediative per medie strutture di vendita (la programmazione relativa alle medie strutture di vendita ha la medesima durata della programmazione regionale relativa alle grandi strutture pari, cioè, a tre anni).

La previsione riguarda sia piani di recupero, sia rilascio di nuove concessioni edilizie, sia PEEP, sia PdL, sia ex aree PIP. La nuova superficie complessiva edificabile è pari a: 1.433.988. Nell'ambito di tale nuova edificabilità andranno ad autorizzarsi le medie strutture. Tali previsioni fanno riferimento esclusivamente alla "terraferma".



Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazioni territoriali

❖ In base alle norme regionali, nelle aree sovra-comunali:

- grandi strutture: superficie minima superiore a 1.500 mq;
- nelle aree metropolitane (come Venezia): grandi strutture:
 - 1) superficie minima 2.500 mq. nei comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti;
 - 2) superficie minima 1.500 mq. nei comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti.

In ogni caso, i limiti dimensionali vengono di volta in volta determinati dai provvedimenti relativi alla programmazione regionale. Quelli sopra elencati si riferiscono alla prima attuazione della legge regionale.

Ambiti territoriali di programmazione regionale:

- aree metropolitane omogenee, caratterizzate da elevato livello di domanda ed offerta;
- aree sovracomunali configurabili come unico bacino di utenza;
- centri storici, identificabili come zona A, secondo quanto previsto dall'articolo 2 del Decreto Ministeriale 2 aprile 1968 n.1444;
- centri di minore consistenza demografica : comuni, frazioni o altre aree con popolazione inferiore ai 3.000ab., individuati all'interno delle aree metropolitane e di quelle sovracomunali.

B) Criteri qualitativi

❖ Non sono richiesti specifici criteri qualitativi per i singoli esercizi di grande distribuzione.

C) Standard urbanistici

❖ Il comune, in sede di formazione degli strumenti urbanistici generali o di revisione di quelli vigenti provvede a definire le zone destinate a parcheggio nei limiti di seguito indicati:

- a) per le aree di centro storico, o eventualmente in aree limitrofe, devono essere reperiti parcheggi nella misura di 0,2 mq./mq. superficie di pavimento, in relazione al complesso delle strutture commerciali. L'amministrazione comunale, qualora dimostri l'impossibilità, per mancanza disponibilità di aree idonee, ovvero per ragioni di rispetto ambientale e di salvaguardia delle caratteristiche, della conformazione e delle funzioni della zona stessa, di raggiungere le quantità minime di cui sopra, deve precisare

come siano altrimenti soddisfatti i fabbisogni delle zone di sosta;

- b) nelle altre zone territoriali omogenee, per le zone di completamento deve essere reperita a parcheggio almeno una quantità di 0,4 mq./mq. di superficie di pavimento e per le zone di espansione, includendo in queste anche le zone di ristrutturazione urbanistica che prevedono la rifunzionalizzazione delle aree o degli edifici, almeno una quantità di 0,5 mq./mq. di superficie di pavimento.

Qualora si debbano insediare grandi strutture di vendita in zone territoriali omogenee diverse dai centri storici, grandi strutture di vendita, le aree a servizi devono avere comunque una superficie minima complessiva non inferiore a quanto di seguito indicato:

- per le grandi strutture di vendita deve essere prevista area libera non inferiore a 2,50 mq./mq. della superficie di vendita, di cui area destinata a parcheggio effettivo per i clienti non inferiore a 1,30 mq./mq. della superficie di vendita e non inferiore a 0,70 mq./mq. della superficie a destinazione commerciale; inoltre i percorsi veicolari e le aree di parcheggio effettivo e stazionamento debbono risultare differenziati per i clienti e per gli approvvigionamenti, limitatamente a esercizi del settore alimentare;
- per le zone di espansione e di ristrutturazione urbanistica, come sopra definite, le aree devono essere reperite in sede di strumento attuativo;
- le zone di sosta possono essere reperite anche con la previsione di strutture multi-piano o sotterranee purché compatibili con le norme del piano regolatore generale;
- per i comuni obbligati alla redazione del piano del traffico la localizzazione delle zone di sosta deve essere coordinata con tale strumento;
- il comune stabilisce la quantità massima di superfici di grandi strutture di vendita insediabili nei centri, nelle aree o edifici aventi valore storico, di archeologia industriale, anche incentivando l'utilizzo degli edifici destinati in passato a funzioni non più compatibili o dismesse.

L'individuazione delle aree in cui sono insediabili grandi strutture di vendita, è, peraltro, subordinata alla verifica di compatibilità dei seguenti parametri urbanistici:

- a) accessibilità viaria con particolare riferimento all'analisi della rete stradale e di penetrazione all'area opportunamente disimpegnata dalle infrastrutture viarie di scorrimento e funzio-



nalmente collegata al sistema di parcheggi di supporto;

- b) eventuale presenza in adiacenza dell'area a destinazione commerciale di un sistema di trasporto pubblico urbano e extraurbano;
- c) definizione dei contenuti principali da attribuire all'area individuata per la localizzazione delle grandi strutture in relazione all'effetto che si vuole determinare nel settore urbano interessato e alla congruità e integrazione con le condizioni al contorno territoriale esistente;
- d) disponibilità di aree da destinare a parcheggio e a servizi in rapporto alle varie tipologie urbanistiche della zona e della attività da insediare.

I centri commerciali con superficie di vendita superiore a mq. 8.000 sono assoggettati alla valutazione di impatto ambientale.

Le domande per grandi strutture devono inoltre essere accompagnate da uno studio della viabilità dell'area, da studi di dettaglio dei nodi, con verifica funzionale degli stessi per un'adeguata organizzazione delle intersezioni viarie e degli svincoli di immissione sulla rete stradale interessata in funzione della classe di appartenenza dei singoli tronchi, della capacità degli stessi e dei previsti livelli di servizio, ai sensi delle norme tecniche del Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR).

I progetti a corredo delle domande per grandi strutture devono contenere idonee simulazioni dei prevedibili flussi generati/attratti nelle ore di punta dalle strutture commerciali, al fine di verificare la compatibilità degli stessi con le densità veicolari ordinarie sulla viabilità esistente e l'efficacia delle soluzioni proposte: innesti e svincoli a raso, semaforizzati e non, svincoli delivellati, controstrade e/o formazione di viabilità secondaria di raccordo, in relazione agli specifici contesti territoriali esistenti.

La Giunta regionale definisce per le grandi strutture di vendita le prescrizioni relative agli elaborati tecnici in ordine alla viabilità e al traffico.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Secondo le norme locali la programmazione commerciale della regione ha durata triennale di tre anni.

In sede di prima applicazione la durata della programmazione contenuta nella legge attuativa regionale è stata stabilita in anni due dalla sua entrata in vigore (agosto 1999).

La Giunta regionale, inoltre, provvede perio-

dicamente, anche mediante idonee forme di divulgazione elettronica, alla pubblicazione dei dati aggiornati relativi alle disponibilità di superfici relative a grandi strutture di vendita.

Le autorizzazioni per le grandi strutture sono, quindi, rilasciate nel rispetto degli obiettivi di presenza e di sviluppo fissati dalla medesima autorità regionale.

In sede di prima applicazione (2000-2001) la regione ha previsto, per l'area metropolitana di Venezia, un obiettivo di presenza, in mq. di superficie di vendita, pari ad ulteriori 2.600mq. rispetto ad una presenza consolidata, nel 1999, pari a 106.167mq., per un totale complessivo pari a 108.767mq.

Per l'intera regione sono stati previsti obiettivi di sviluppo pari ad ulteriori 67.600mq.

Va comunque considerato che l'autorizzazione alla vendita per una grande struttura derivante dalla concentrazione di quattro o dall'accorpamento di più esercizi dotati di tabelle per generi di largo e generale consumo come previsti dall'articolo 31, comma 3, decreto ministeriale 4 agosto 1988, n. 375, già autorizzati ai sensi della legge 11 giugno 1971, n. 426, è rilasciata in deroga alla programmazione commerciale regionale, sul presupposto:

- a) che gli esercizi siano rimasti aperti al pubblico nel comune da almeno tre anni in forma continuativa;
- b) che vi sia l'impegno dell'interessato al reimpiego del personale dei preesistenti esercizi;
- c) che la superficie finale non sia superiore alla somma delle superfici concentrate o accorpate e comunque entro il limite non superiore a cinque volte le superfici minime per le grandi strutture di vendita.

Un altro caso di deroga ai limiti di superficie previsti per ciascun ambito territoriale si verifica quando il fine della richiesta rientra nell'obiettivo di rivitalizzare il sistema distributivo nei centri storici dei comuni con popolazione superiore ai 20.000 abitanti. In tal caso può essere autorizzata la realizzazione di centri commerciali utilizzando immobili esistenti, eventualmente soggetti a recupero edilizio, purché la superficie di vendita non sia superiore a mq. 4.000, a condizione che almeno il cinquanta per cento del numero di esercizi abbia superficie inferiore ai limiti previsti per i negozi di vicinato.

Infine, da quanto risulta dai dati a disposizione, fino al gennaio 2002, per l'area metropolitana di

Venezia sono stati autorizzati, per la grande distribuzione, 9.390 mq., ricomprendendo in tale misura ampliamenti, accorpamenti e nuove aperture.

Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Allo scopo di mantenere, rivitalizzare e incentivare la struttura commerciale nelle aree di centro storico quale funzione concorrente alla aggregazione del contesto sociale, nonché quale elemento primario della riqualificazione, salvaguardia e decoro del tessuto urbano di antica origine, i comuni devono adeguare i loro strumenti urbanistici generali a specifiche normative atte a regolamentare la localizzazione delle imprese commerciali.

È individuata come centro storico l'area definita ai sensi dell'articolo 2 del Decreto Ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444 zona A, e cioè le parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono interesse storico, artistico e di particolare pregio ambientale o di porzioni di esso, comprese le aree circostanti che possono considerarsi parte integrante, per tali caratteristiche, degli agglomerati stessi secondo le indicazioni del piano regolatore generale, nonché gli edifici singoli aventi caratteristiche di valore ambientale-architettonico.

All'interno delle aree come sopra definite, gli interventi interessanti strutture commerciali finalizzati al recupero e alla valorizzazione degli edifici aventi caratteristiche di bene artistico-storico e ambientale sono subordinati alla normativa di tutela prevista dalla legge regionale 31 maggio 1980, n. 80 per ogni singola tipologia edilizia con la corrispondente categoria di intervento.

Gli strumenti urbanistici generali o i piani attuativi, previa analisi delle tipologie edilizie, determinano quali edifici possano essere destinati all'attività commerciale, escludendo in ogni caso le attività commerciali che appaiano in contrasto con la tutela dei valori artistici, storici e ambientali.

In sede di formazione di nuovi strumenti urbanistici generali o nella revisione di quelli vigenti è fatto obbligo ai comuni di inserire nelle norme tecniche di attuazione specifiche disposizioni relative al decoro e all'arredo urbano delle aree di centro storico come sopra definite e con particolare riferimento a:

- prontuario della sistemazione dei fronti com-

merciali con riferimento all'organizzazione edilizia degli spazi espositivi verso l'esterno;

- all'utilizzo dei materiali di finitura;
- alla definizione della tipologia delle insegne pubblicitarie e all'analisi degli elementi detrat-tori da evitare ed eventuale rapporto con il piano del colore e dell'illuminazione qualora previsti dallo strumento generale.

Per tutti i comuni superiori ai 15.000 abitanti e per quelli a prevalente economia turistica in sede di formazione dei nuovi strumenti urbanistici generali o con variante specifica di settore, dovrà essere valutata l'opportunità di pedonalizzazione delle aree centrali dei centri storici e per i centri maggiori di 50.000 abitanti la previsione di parcheggi scambiatori al fine di consentire un servizio di bus - navetta nel contesto dei piani del traffico.

Per incentivare gli interventi di recupero edilizio, finalizzati al miglioramento e all'inserimento di attività commerciali nell'area di centro storico, i comuni possono ridurre l'incidenza degli oneri di urbanizzazione fino ad un massimo del cinquanta per cento.

I comuni stabiliscono altresì la quota del contributo del costo di costruzione avendo particolare riguardo alle finalità del presente articolo.

Come già accennato sopra alla lettera D) del numero 5), anche in deroga ai limiti di superficie previsti per ciascun ambito territoriale, al fine di rivitalizzare il sistema distributivo nei centri storici dei comuni con popolazione superiore ai 20.000 abitanti, può essere autorizzata la realizzazione di centri commerciali utilizzando immobili esistenti, eventualmente soggetti a recupero edilizio, purché la superficie di vendita non sia superiore a mq. 4.000, a condizione che almeno il cinquanta per cento del numero di esercizi abbia superficie inferiore ai limiti previsti per i negozi di vicinato.

Sono regolati con apposita convenzione tra il comune e l'operatore commerciale gli aspetti relativi a:

- a) area destinata a parcheggio entro una distanza di 300 metri dall'immobile oggetto dell'iniziativa con facoltà di deroga agli standard previsti all'articolo 13 fino al cinquanta per cento o con utilizzo di soluzioni alternative quali convenzioni con parcheggi scambiatori esistenti, parcheggi multipiani o sotterranei, servizio navetta;
- b) accessi e percorsi veicolari.

Il comune di Venezia con delibera del Con.Com. n. 125 del 29/10/2001 ha stabilito,

inoltre, che lo strumento urbanistico individua le unità edilizie del centro storico di Venezia in cui le attività commerciali, artigianali e di pubblico esercizio sono normate dai regolamenti comunali.

Nelle unità edilizie del centro storico non sono consentite aperture e trasferimenti di attività commerciali e/o artigianali che prevedano la vendita dei seguenti prodotti:

- chincaglieria e bigiotteria;
- souvenir;
- specialità veneziane;
- ricordi di Venezia;
- prodotti dell'artigianato veneziano;
- articoli artigianali locali;
- riproduzioni o oggettistica artistiche;
- oggettistica da regalo;
- oggettistica etnica;
- guide, piante e materiale illustrativo di Venezia;
- cartoline;
- articoli e costumi per il Carnevale;
- maschere;
- accessori dell'abbigliamento e della maglieria;
- occhiali da sole disgiunti da altri articoli di ottica oftalmica;
- materiale fotografico disgiunto da altri articoli cine fotografici;
- abbigliamento sportivo, inteso come articolo ricordo, disgiunto da materiali ed attrezzature per lo sport.

Alle attività commerciali e/o artigianali insediati nelle unità edilizie del centro storico, non sono neanche consentiti ampliamenti o l'estensione della vendita ai prodotti sopra elencati.

Per tutto il territorio del centro storico sussiste poi il divieto di trasformazione del settore merceologico da alimentare a non alimentare e viceversa e l'obbligo del mantenimento della specifica merceologia di mercato.

Nelle unità edilizie del centro storico così come individuate, sono consentite aperture o trasferimenti di pubblici esercizi di somministrazione con caratteristiche tradizionali, come ristoranti con cucina per piatti tipici veneziani e con servizio al tavolo, osterie ed attività di tipo B (L. n. 287/91) con offerta di alimenti tradizionali.

Sono escluse invece nuove aperture e trasferimenti di pizzerie, birrerie, paninoteche ed altre tipologie di somministrazione non tradizionale collegate alle grandi catene di distribuzione/somministrazione, nonché di attività artigianali di pizza al taglio.

7

Urbanistica commerciale

❖ La legge regionale, nel perseguire le proprie finalità, opera in due diverse direzioni: da un lato quella commerciale, sede privilegiata della semplificazione delle procedure; dall'altro quella urbanistica che disciplina gli aspetti connessi al settore commerciale sviluppando, tra l'altro, alcuni profili relativi alle aree a standard ed ai rapporti con la viabilità (solo parzialmente contemplate nella legislazione precedente) attraverso l'introduzione di due parametri di progettazione urbanistica fondamentali per la programmazione commerciale.

Per quanto riguarda provvedimenti comunali si fa anche riferimento a quanto espresso al paragrafo precedente.

8

Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

❖ Tranne il richiamo, in ambito della normativa regionale, all'obiettivo sancito all'articolo 6 comma 1 del D.Lgs. n. 114/98, e più specificamente quello di:

- garantire al consumatore, attraverso una presenza equilibrata delle diverse forme distributive, una possibilità di scelta in ambito concorrenziale, favorendo, di conseguenza, sia il contenimento dei prezzi sia un corretto equilibrio tra attività di diverse dimensioni.

Non risultano ad un'analisi generale disposizioni particolari che direttamente intervengano specificamente in materia di tutela della libera concorrenza e di riequilibrio del mercato tra le diverse tipologie.



Consistenze

VENEZIA	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	96	296	1.804	95	292	1.794	-1,0%	-1,4%	-0,6%
Non specializzati	53	91	370	47	77	338	-11,3%	-15,4%	-8,6%
Non specializzati prevalenza alimentare	245	668	4.431	268	735	4.577	9,4%	10,0%	3,3%
Non specializzati prevalenza non alimentare	69	180	355	58	150	330	-15,9%	-16,7%	-7,0%
Frutta e verdura	197	497	2.058	188	482	1.992	-4,6%	-3,0%	-3,2%
Carne e prodotti a base di carne	203	513	2.156	195	497	2.102	-3,9%	-3,1%	-2,5%
Pesci, crostacei, molluschi	54	152	303	55	150	307	1,9%	-1,3%	1,3%
Pane, pasticceria, dolci	162	391	1.123	151	364	1.094	-6,8%	-6,9%	-2,6%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	27	65	344	27	68	360	0,0%	4,6%	4,7%
Tabacco e altri generi di monopolio	190	395	1.752	186	394	1.794	-2,1%	-0,3%	2,4%
Altri esercizi specializzati alimentari	262	701	1.700	232	612	1.532	-11,5%	-12,7%	-9,9%
Farmacie	113	247	1.204	111	243	1.211	-1,8%	-1,6%	0,6%
Articoli medicali e ortopedici	22	53	228	24	57	247	9,1%	7,5%	8,3%
Cosmetici e articoli di profumeria	151	373	1.707	141	355	1.704	-6,6%	-4,8%	-0,2%
Prodotti tessili e biancheria	199	396	1.405	195	397	1.391	-2,0%	0,3%	-1,0%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	811	2.083	8.170	824	2.112	8.264	1,6%	1,4%	1,2%
Calzature e articoli in cuoio	165	409	1.845	169	423	1.854	2,4%	3,4%	0,5%
Mobili, casalinghi, illuminazione	343	794	3.238	343	802	3.266	0,0%	1,0%	0,9%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	94	233	1.411	106	252	1.482	12,8%	8,2%	5,0%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	153	427	2.453	156	426	2.452	2,0%	-0,2%	0,0%
Libri, giornali, cartoleria	365	732	3.248	358	718	3.246	-1,9%	-1,9%	-0,1%
Altri esercizi specializzati non alimentari	1.086	2.355	8.790	1.099	2.355	8.844	1,2%	0,0%	0,6%
Articoli di seconda mano	37	43	135	34	41	143	-8,1%	-4,7%	5,9%
TOTALE	5.097	12.094	50.230	5.062	12.002	50.324	-0,7%	-0,8%	0,2%



Aperture per merceologia										
VENEZIA		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Alim. e non alim.	Esercizi	11	53	214	5	27	168	-54,5%	-49,1%	-21,5%
	Mq. vendita	2.857	8.596	26.491	804	3.165	14.963	-71,9%	-63,2%	-43,5%
Alimentare	Esercizi	48	115	588	46	111	535	-4,2%	-3,5%	-9,0%
	Mq. vendita	1.637	5.079	33.298	1.600	4.886	36.697	-2,3%	-3,8%	10,2%
Non alimentare	Esercizi	336	795	3.029	304	663	2.599	-9,5%	-16,6%	-14,2%
	Mq. vendita	18.170	50.763	273.622	16.644	40.829	447.399	-8,4%	-19,6%	63,5%
Non rilevabile	Esercizi	-	-	2				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	18	37	114	14	25	89	-22,2%	-32,4%	-21,9%
	Mq. vendita	559	1.155	3.483	331	823	3.211	-40,8%	-28,7%	-7,8%
TOTALE	Esercizi	413	1.000	3.947	369	826	3.391	-10,7%	-17,4%	-14,1%
	Mq. vendita	23.223	65.593	336.894	19.379	49.703	502.270	-16,6%	-24,2%	49,1%
Medio										
Alim. e non alim.	Esercizi	-	9	38	3	17	59	-	88,9%	55,3%
	Mq. vendita	-	5.046	21.847	1.284	8.843	45.534	-	75,2%	108,4%
Alimentare	Esercizi	1	1	9	1	1	4	0,0%	0,0%	-55,6%
	Mq. vendita	1.750	1.750	5.870	200	200	3.859	-88,6%	-88,6%	-34,3%
Non alimentare	Esercizi	1	9	63	1	17	135	0,0%	88,9%	114,3%
	Mq. vendita	300	9.296	35.996	957	10.702	67.704	219,0%	15,1%	88,1%
TOTALE	Esercizi	2	19	110	5	35	198	150,0%	84,2%	80,0%
	Mq. vendita	2.050	16.092	63.713	2.441	19.745	117.097	19,1%	22,7%	83,8%
Grande										
Alim. e non alim.	Esercizi	-	-	2	-	-	1	-	-	-50,0%
	Mq. vendita	-	-	5.904	-	-	2.816	-	-	-52,3%
Alimentare	Esercizi	-	-	2	-	1	7	-	-	250,0%
	Mq. vendita	-	-	3.160	-	1.785	10.431	-	-	230,1%
TOTALE	Esercizi	-	-	4	-	1	8	-	-	100,0%
	Mq. vendita	-	-	9.064	-	1.785	13.247	-	-	46,1%
TOTALE										
Alim. e non alim.	Esercizi	11	62	254	8	44	228	-27,3%	-29,0%	-10,2%
	Mq. vendita	2.857	13.642	54.242	2.088	12.008	63.313	-26,9%	-12,0%	16,7%
Alimentare	Esercizi	49	116	599	47	112	539	-4,1%	-3,4%	-10,0%
	Mq. vendita	3.387	6.829	42.328	1.800	5.086	40.556	-46,9%	-25,5%	-4,2%
Non alimentare	Esercizi	337	804	3.092	305	681	2.741	-9,5%	-15,3%	-11,4%
	Mq. vendita	18.470	60.059	309.618	17.601	53.316	525.534	-4,7%	-11,2%	69,7%
Non rilevabile	Esercizi	-	-	2				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	18	37	114	14	25	89	-22,2%	-32,4%	-21,9%
	Mq. vendita	559	1.155	3.483	331	823	3.211	-40,8%	-28,7%	-7,8%
TOTALE	Esercizi	415	1.019	4.061	374	862	3.597	-9,9%	-15,4%	-11,4%
	Mq. vendita	25.273	81.685	409.671	21.820	71.233	632.614	-13,7%	-12,8%	54,4%

Aperture per tipologia										
VENEZIA		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE ¹⁾	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Nuovo esercizio	Esercizi	239	576	2.953	172	419	2.442	-28,0%	-27,3%	-17,3%
	Mq. vendita	11.208	32.685	256.600	8.572	23.976	436.677	-23,5%	-26,6%	70,2%
Subingresso	Esercizi	174	424	994	197	407	949	13,2%	-4,0%	-4,5%
	Mq. vendita	12.015	32.908	80.294	10.807	25.727	65.593	-10,1%	-21,8%	-18,3%
TOTALE	Esercizi	413	1.000	3.947	369	826	3.391	-10,7%	-17,4%	-14,1%
	Mq. vendita	23.223	65.593	336.894	19.379	49.703	502.270	-16,6%	-24,2%	49,1%
Medio										
Nuovo esercizio	Esercizi	-	6	30	1	10	92	-	66,7%	206,7%
	Mq. vendita	-	4.546	15.645	957	4.570	47.489	-	0,5%	203,5%
Subingresso	Esercizi	2	13	80	4	25	106	100,0%	92,3%	32,5%
	Mq. vendita	2.050	11.546	48.068	1.484	15.175	69.608	-27,6%	31,4%	44,8%
TOTALE	Esercizi	2	19	110	5	35	198	150,0%	84,2%	80,0%
	Mq. vendita	2.050	16.092	63.713	2.441	19.745	117.097	19,1%	22,7%	83,8%
Grande										
Nuovo esercizio	Esercizi	-	-	-	-	-	2	-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-	-	-	1.680	-	-	-
Subingresso	Esercizi	-	-	4	-	1	6	-	-	50,0%
	Mq. vendita	-	-	9.064	-	1.785	11.567	-	-	27,6%
TOTALE	Esercizi	-	-	4	-	1	8	-	-	100,0%
	Mq. vendita	-	-	9.064	-	1.785	13.247	-	-	46,1%
TOTALE										
Nuovo esercizio	Esercizi	239	582	2.983	173	429	2.536	-27,6%	-26,3%	-15,0%
	Mq. vendita	11.208	37.231	272.245	9.529	28.546	485.846	-15,0%	-23,3%	78,5%
Subingresso	Esercizi	176	437	1.078	201	433	1.061	14,2%	-0,9%	-1,6%
	Mq. vendita	14.065	44.454	137.426	12.291	42.687	146.768	-12,6%	-4,0%	6,8%
TOTALE	Esercizi	415	1.019	4.061	374	862	3.597	-9,9%	-15,4%	-11,4%
	Mq. vendita	25.273	81.685	409.671	21.820	71.233	632.614	-13,7%	-12,8%	54,4%



Trieste

Comune di

L'ANALISI REGOLAMENTARE
Le esperienze dei quattordici
Comuni metropolitani

87

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Il comune di Trieste è stato inserito nell'elenco dei comuni ad economia turistica dalla regione.

Gli orari sono interamente liberalizzati. Ciascun esercente è libero quindi di determinare gli orari di apertura e chiusura senza il rispetto di alcuna fascia oraria, così come è libero di effettuare o meno la chiusura nei giorni domenicali e festivi e la giornata di chiusura infrasettimanale.

B) Aperture notturne

❖ Non si dispone di dati relativi al rilascio di autorizzazioni per l'apertura notturna degli esercizi commerciali.

L'ampia liberalizzazione degli orari rende comunque meno significativa l'emanazione di tali provvedimenti.

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ Dai documenti inviati non si riscontra l'adozione di particolari limiti imposti dal comune di Trieste all'apertura degli esercizi di vicinato.

La regione Friuli ha dettato, in materia, le seguenti norme.

Oltre i due settori merceologici stabiliti dal decreto Bersani (alimentare e non alimentare), i Comuni possono istituire un settore merceologico speciale, riservato agli esercizi di vicinato, per la vendita al dettaglio in orario notturno, ovvero nell'arco delle ventiquattr'ore senza soluzione di continuità, da autorizzare specificamente.

I Comuni compresi negli ambiti turistici, nonché gli altri Comuni, qualora interessati da flussi di turismo culturale, possono motivatamente istituire un raggruppamento merceologico, per la vendita di prodotti culturali, d'arte, di collezionismo e da ricordo.

L'esercizio della vendita al dettaglio per i prodotti dei settori merceologici speciali sopra elencati, non può essere effettuato congiuntamente all'esercizio della vendita al dettaglio per i prodotti dei due settori merceologici generali.

Con regolamento di esecuzione la regione provvede, inoltre:

a) a suddividere il contenuto delle tabelle merceologiche vigenti sotto la precedente disciplina, tra i due settori merceologici generali;

b) a stabilire i contenuti merceologici dei settori e dei raggruppamenti merceologici speciali.

L'allocazione di esercizi commerciali di vicinato è ammessa senza vincolo di individuazione di zona omogenea propria a destinazione commerciale, nell'ambito delle aree edificate.

I Comuni, anche con eventuali modifiche ai regolamenti locali, possono stabilire condizioni particolari per l'apertura di esercizi destinati alla esclusiva vendita di pubblicazioni o materiali pornografici. Per esercizi di vendita al dettaglio di vicinato la regione intende quelli aventi superficie di vendita non superiore a mq. 100.

Tale limite è elevato a mq. 200 nei seguenti comuni:

- a) Comuni classificati montani per il totale della propria superficie censuaria;
- b) Comuni privi di rete distributiva al dettaglio;
- c) Comuni con popolazione residente fino a 3.000 abitanti e non confinanti con aree urbane commerciali o con poli commerciali;

Infine, è soggetto ad autorizzazione l'ampliamento della superficie di vendita degli esercizi di vicinato fino a mq 200, ed è soggetto a denuncia preventiva solo il trasferimento degli esercizi di vicinato con superficie di vendita non superiore a mq 200.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ Non risultano procedure particolari relative all'apertura di esercizi di vicinato, tranne i limiti descritti al punto precedente (numero 2). Occorre dunque fare riferimento alle procedure generali dettate dal decreto di riforma.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ Dalla documentazione inviata non risulta l'adozione di provvedimenti comunali in materia di procedimenti autorizzatori per le medie strutture di vendita.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ La regione ha dettato i seguenti principi nella legge n.8/99:

- l'apertura, l'ampliamento ed il trasferimento delle grandi strutture di vendita, strutturate in singoli esercizi o centri commerciali al dettaglio o complessi commerciali, sono soggetti ad autorizzazione del Comune.

Le domande di rilascio dell'autorizzazione sono esaminate da una Conferenza di servizi indetta dalla Regione, entro quaranta giorni dal ricevimento, composta da tre membri, rappresentanti rispettivamente la Regione, la Provincia ed il Comune, che decide in base al (futuro) regolamento (regionale); le deliberazioni della Conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti entro sessanta giorni dalla convocazione ed il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione. La Regione è rappresentata dall'Assessore al commercio e turismo o da un suo delegato.

Qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego entro il termine di cento giorni dal ricevimento della domanda, la stessa deve considerarsi accolta.

La Conferenza di servizi acquisisce obbligatoriamente il parere dell'Osservatorio regionale del commercio.

Fino all'entrata in vigore del regolamento (regionale) ed all'adeguamento, da parte dei Comuni, a quanto previsto dalle altre norme regionali, si applicano le norme di cui all'articolo 3 della legge regionale 41/1990.

Il nulla osta regionale, di cui all'articolo 3 della legge regionale 41/1990, viene rilasciato esclusivamente nel limite quantitativo delle superfici incremental residue (rispetto ai vecchi piani regionali). Tra le superfici incremental residue non possono essere inclusi eventuali contingenti per la grande distribuzione, diversi dalla programmazione di esercizi con superficie non superiore a mq. 400 da inserirsi nei centri commerciali al dettaglio, previsti dai Piani comunali di sviluppo ed adeguamento della rete distributiva.

Non si ha conoscenza circa l'approvazione del previsto piano regionale di adeguamento della rete, contenente anche eventuali limiti di presenza di media e grande distribuzione, nonché norme sul procedimento, previsto dalla medesima legge regionale n.8/99.

D) Apertura centro commerciale

❖ Non si riscontrano regole procedurali particolari relative all'emanazione di autorizzazioni per l'apertura di centri commerciali.

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ Non si riscontrano particolari disposizioni sul punto.

F) Modifica e/o aggiunta merceologica

❖ Non si riscontrano disposizioni particolari sul punto, tranne quanto già esposto, in materia di tabelle merceologiche, con riferimento agli esercizi di vicinato (numero 2).

Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazione territoriale

❖ Dalla documentazione inviata non si ha notizia dell'adozione di provvedimenti comunali in materia.

Secondo le norme regionali le medie strutture di vendita sono quelle con superficie di vendita superiore a quella stabilita per gli esercizi di vicinato, e non superiore al limite da determinarsi con deliberazione della Giunta regionale.

B) Criteri qualitativi

❖ Non si rilevano particolari criteri qualitativi necessari all'apertura di medie strutture.

C) Standards urbanistici

❖ I provvedimenti regionali in materia prevedono che, relativamente alle aree urbane, in relazione alla commisurazione degli standard urbanistici in materia di aree da riservare a parcheggio per esercizi commerciali, trovano applicazione le seguenti disposizioni:

- a) è ammessa la riduzione fino ad un massimo del cinquanta per cento del limite del rapporto del cento per cento tra superficie coperta ed area da destinarsi a parcheggio, limitatamente alle grandi strutture di vendita che esercitano la vendita al dettaglio dei generi alimentari, localizzate all'interno del centro storico, così come definito dagli strumenti urbanistici comunali;
- b) è ammesso l'elevamento, fino ad un massimo di 500 metri, del limite di 200 metri di percorso entro cui reperire le aree da destinare a parcheggio, limitatamente alle grandi strutture di vendita, localizzate all'interno del centro storico, così come definito dagli strumenti urbanistici comunali, ed aventi superficie inferiore ai 2.500 mq.;
- c) le aree da destinare a parcheggio possono essere rese disponibili, alle condizioni e nei limiti di cui alle lettere a) e b), anche in regime di convenzionamento con gli enti proprietari o gestori di parcheggi pubblici e privati, a condizione che non si riduca il numero dei posti auto esistenti;
- d) le prescrizioni in materia di aree da riservare a parcheggi per esercizi commerciali in zone a

destinazione residenziale non trovano applicazione limitatamente agli edifici preesistenti, interessati da interventi di ristrutturazione e straordinaria manutenzione, localizzati all'interno del centro storico, così come definito dagli strumenti urbanistici comunali;

- e) nelle zone omogenee Hc e nelle aree commerciali costituite da più lotti funzionali, la distribuzione dei parcheggi deve essere progettata complessivamente per tutta la superficie interessata dall'intervento prevedendo la realizzazione di aree verdi attrezzate, alberature, percorsi pedonali e ciclabili che migliorino la qualità dell'insediamento assicurando continuità con le eventuali limitrofe zone commerciali, produttive o di servizio. Le aree destinate a parcheggio devono essere realizzate con tecniche e materiali tali da rendere la superficie la più permeabile possibile alle acque meteoriche;
- f) alle prescrizioni di cui alla lettera e) devono uniformarsi, per le aree a parcheggio già realizzate, i promotori di grandi strutture di vendita già insediate nel caso in cui ottengano ampliamenti della superficie coperta esistente alla data di entrata in vigore della presente legge.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Con regolamento di esecuzione della legge regionale n.8/1999, devono essere emanate disposizioni in materia di urbanistica commerciale e di programmazione per le medie strutture di vendita, al fine di:

- a) definire un modello territoriale generale della rete commerciale al dettaglio nella regione, finalizzato all'individuazione delle aree metropolitane ed urbane omogenee, dei bacini sovracomunali di utenza, delle aree di minore consistenza demografica e socio-economica;
- b) determinare i parametri, soggetti a revisione biennale, ad uso dei Comuni per la valutazione del rapporto tra l'evoluzione della domanda potenziale dei consumi della popolazione residente, di quella in attrazione, turistica e di passaggio, e l'evoluzione dell'offerta di esercizi commerciali al dettaglio.

A loro volta i Comuni, in conformità al regolamento di cui sopra, provvedono all'approvazione di criteri e modalità per il rilascio delle autorizzazioni amministrative per medie strutture di vendita, nonché per gli esercizi di vicinato e per le medie strutture di vendita che si collocano all'interno



di centri commerciali al dettaglio o di complessi commerciali, contenenti, in particolare, i seguenti elementi:

- a) urbanistici, in ordine alla delimitazione delle aree edificate, dei centri storici, degli edifici nei centri storici soggetti a regime vincolistico, delle aree soggette ad interventi di recupero e riqualificazione urbanistica e commerciale;
- b) commerciali, in ordine alla valutazione del rapporto tra l'evoluzione della domanda potenziale dei consumi della popolazione residente, in attrazione, turistica e di passaggio, e l'evoluzione dell'offerta di esercizi commerciali al dettaglio, con riguardo ai diversi settori merceologici;
- c) numerici, in ordine al numero delle nuove autorizzazioni amministrative rilasciabili per medie strutture di vendita nei diversi settori merceologici.

Il trasferimento delle medie strutture di vendita è soggetto ad autorizzazione, a condizione che avvenga nell'ambito del territorio comunale. L'ampliamento della superficie di vendita non oltre il 50 per cento della superficie originale e, in ogni caso, fino al limite massimo stabilito per le medie strutture di vendita, comunque originariamente autorizzate od attivate, è soggetto ad autorizzazione.

Fino all'entrata in vigore del regolamento regionale di cui sopra ed all'approvazione dei criteri e delle modalità, le autorizzazioni amministrative sono rilasciate con le procedure di cui all'articolo 3 della legge regionale 27/1997, nell'osservanza delle previsioni dei Piani comunali di sviluppo ed adeguamento della rete distributiva, di cui all'articolo 12 della legge 426/1971, vigenti alla data di entrata in vigore della presente legge, oppure, in assenza di piano, dei criteri di cui all'articolo 18 della legge regionale 36/1988, per l'apertura di esercizi al dettaglio fino al limite di superficie di vendita di mq. 400, elevato, per i soli esercizi definiti "supermercati di quartiere", fino a mq. 800 nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti.

Fino all'entrata in vigore del regolamento di cui sopra ed all'approvazione dei criteri e delle modalità, l'apertura di esercizi al dettaglio con superficie di vendita superiore a mq. 400 e non superiore a mq. 800, salvo quanto previsto per i "supermercati di quartiere" nei Comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti, è soggetta al nulla osta regionale di cui all'articolo 3 della legge regionale 7 settembre 1990, n. 41.

Il nulla osta regionale viene rilasciato esclusivamente nel limite quantitativo delle superfici in-

crementali residue di cui all'articolo 4, comma 1, del D.P.G.R. 9 aprile 1991, n. 0130/Pres., e del relativo Allegato "C", e in conformità al comma 8, lettera a), del medesimo articolo 4.

Tra le superfici incrementali residue non possono essere inclusi eventuali contingenti per la grande distribuzione, diversi dalla programmazione di esercizi con superficie non superiore a mq. 400 da inserirsi nei centri commerciali al dettaglio previsti dai Piani comunali di sviluppo ed adeguamento della rete distributiva.

Come già sopra accennato, dalla documentazione inviata, non risultano adottati provvedimenti comunali in materia.

5

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ Secondo la regione, per esercizi di vendita al dettaglio di grande struttura si intendono quelli aventi superficie di vendita superiore a mq. 800.

Dalla documentazione inviata non si ricava un quadro completo della classificazione territoriale effettuata dalla regione Friuli. Con regolamento di esecuzione della legge regionale n.8/1999, sono emanate disposizioni in materia di urbanistica commerciale e di programmazione per le grandi strutture di vendita, al fine di:

- a) definire un modello territoriale generale della rete commerciale al dettaglio nella regione, finalizzato all'individuazione delle aree metropolitane ed urbane omogenee, dei bacini sovracomunali di utenza, delle aree di minore consistenza demografica e socio - economica;
- b) prevedere, per i Comuni che intendano allocare nel loro territorio grandi strutture di vendita, la formazione di un Piano di settore del commercio ad integrazione degli strumenti urbanistici comunali, avente i seguenti contenuti:
 - delimitazione delle aree edificate, dei centri storici, degli edifici nei centri storici soggetti a regime vincolistico,
 - delle aree soggette ad interventi di recupero e riqualificazione urbanistica e commerciale;
 - individuazione delle zone omogenee destinate all'allocatione delle grandi strutture di vendita, sia per le zone omogenee Hc, sia per le zone commerciali proprie;
- c) disciplinare le modalità relative al divieto di rilascio della concessione od autorizzazione edilizia inerenti l'immobile o il complesso di im-



mobili in assenza dell'autorizzazione all'apertura di una grande struttura di vendita;

- d) determinare parametri e indici numerici, soggetti a revisione quadriennale, finalizzati alla individuazione delle aree e delle condizioni per la disponibilità di superfici destinabili alle grandi strutture di vendita;
- e) individuare le condizioni di ammissibilità dei trasferimenti e delle concentrazioni di preesistenti esercizi di vicinato e medie strutture di vendita ai fini dell'apertura di grandi strutture di vendita in singoli esercizi, centri commerciali al dettaglio e complessi commerciali;
- f) individuare le condizioni di ammissibilità dei trasferimenti e degli ampliamenti delle grandi strutture di vendita, dei centri commerciali al dettaglio e dei complessi commerciali;
- g) determinare il rapporto di composizione tra piccole, medie e grandi strutture di vendita all'interno di centri commerciali al dettaglio e complessi commerciali.

Dai dati inviati non si ha notizia circa l'approvazione o meno di tale regolamento attuativo regionale.

B) Criteri qualitativi

- ❖ Non si riscontrano particolari criteri qualitativi necessari per l'apertura di grandi strutture.

C) Standard urbanistici

- ❖ Sul punto si fa riferimento a quanto già esposto al numero 4) lettera C), in materia di medie strutture.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

- ❖ Sulla base del dettato regionale, l'insediamento delle grandi strutture di vendita, dei centri commerciali al dettaglio e dei complessi commerciali deve tendere al riequilibrio tra le aree urbane centrali ed il contesto insediativo urbano complessivo, nel mantenimento della pluralità e della interconnessione tra le diverse funzioni del territorio, le destinazioni urbanistiche e le attrezzature infrastrutturali.

Nell'osservanza di tale indirizzo, nella scelta della localizzazione sono privilegiate le aree con elevato livello di accessibilità agli assi viari primari e secondari esistenti, con forte livello relazionale e di comunicazione con le aree urbane centrali e con rilevante interconnessione con altri servizi e poli di attrazione rivolti all'utenza commerciale.

I criteri di indirizzo per la scelta di localizza-

zione devono essere informati:

- a) alla salvaguardia ed alla razionalizzazione della funzionalità della rete viaria primaria e secondaria;
- b) alla congruenza ambientale dell'intervento previsto con l'osservanza dei valori storico-architettonici, culturali, paesaggistici, naturalistici ed insediativi del contesto, e con il rispetto delle norme vigenti nei singoli settori.

Non è ammissibile la localizzazione lungo assi viari non ancora interessati da consistenti insediamenti commerciali o produttivi, ovvero ove esistano condizioni di difficile accessibilità, a meno che non siano previste espressamente soluzioni tecniche atte a rimuovere i fenomeni di congestione già esistenti, nel rispetto dell'armonia con le caratteristiche del contorno insediativo.

I soggetti promotori devono realizzare, antecedentemente all'attivazione delle grandi strutture di vendita, opere di raccordo con la viabilità che assicurino scorrevolezza negli accessi in entrata ed uscita, garantendo piste di decelerazione ed arrestamenti dell'edificato tali da consentire la realizzazione di corsie laterali di servizio.

I Comuni valutano la necessità di inserire in zona commerciale, individuata con variante allo strumento urbanistico, le attività commerciali che, per dimensioni, localizzazione e tipi di flussi che inducono, possono considerarsi eventi rilevanti dal punto di vista urbanistico.

Gli esercizi commerciali, i complessi commerciali ed i centri commerciali al dettaglio con superficie coperta complessiva superiore a mq. 5.000 vanno inseriti in zona urbanistica commerciale propria; a tale fine viene istituita la zona omogenea Hc "Zona per grandi strutture di vendita superiori a mq. 5.000", da individuarsi con variante allo strumento urbanistico vigente prioritariamente nelle zone commerciali, già previste dagli strumenti urbanistici vigenti.

La superficie coperta di un edificio è la sua proiezione ortogonale sul lotto di pertinenza; per superficie coperta complessiva, si intende la superficie coperta destinata ad attività commerciale, inclusi anche uffici, depositi, locali di lavorazione, servizi, ecc., come somma dei singoli piani, qualora l'attività si svolga in un edificio su più piani.

Sono compresi nei complessi commerciali gli insediamenti con superficie coperta complessiva superiore a mq. 5.000 costituiti da esercizi i quali, insediati in più edifici, siano funzionalmente integrati tra loro.

Nella zona omogenea Hc, oltre alle tipologie commerciali sopra esposte, è consentita l'allocazione di servizi all'utenza diversi da quello esclusivamente commerciale, incluse le attività di svago ed intrattenimento, purché inserite nel contesto unitario delle tipologie commerciali.

Nella zona omogenea Hc non è consentita l'allocazione di attività commerciali all'ingrosso nell'ambito dei centri commerciali al dettaglio.

Fino all'entrata in vigore del nuovo Piano territoriale regionale generale ed al successivo adeguamento degli strumenti urbanistici comunali al medesimo, l'individuazione della zona omogenea Hc, sia con lo strumento del Piano regolatore generale comunale, sia con la variante al Piano stesso, deve essere preventivamente autorizzata dalla Giunta regionale, su proposta di concerto dell'Assessore alla pianificazione territoriale e dell'Assessore al commercio e turismo.

La Giunta regionale, ai fini del rilascio dell'autorizzazione preventiva, osserva gli indirizzi e gli obiettivi delle disposizioni in materia di urbanistica commerciale e di programmazione per le grandi strutture di vendita.

La Giunta regionale, ai fini del rilascio dell'autorizzazione, acquisisce preventivamente il parere dell'Osservatorio regionale del commercio.

Le attività commerciali di grande distribuzione con superficie coperta complessiva inferiore a mq. 2.500 sono inserite in zona ammessa dallo strumento urbanistico

L'accordo di programma viene promosso nell'ambito dei Comuni contermini a quello in cui viene richiesta, ovvero è stata preventivamente autorizzata, l'allocazione di una zona omogenea Hc, ricompresi entro il raggio di 15 chilometri dal punto di localizzazione della zona omogenea stessa, ed è propedeutico all'espressione del parere della Conferenza di servizi.

Specifici accordi di programma, diversi, possono essere promossi tra Comuni, Province e Regione, finalizzati alla definizione comune della destinazione urbanistica e delle problematiche di viabilità di aree territoriali a dimensione sovracomunale, caratterizzate da una forte presenza di grandi strutture di vendita.

Le nuove autorizzazioni alla variante di strumento urbanistico per insediamento della zona Hc devono prevedere un termine utile di tre anni dalla data del rilascio; per le autorizzazioni concesse anteriormente all'entrata in vigore delle disposizioni regionali il termine di cui sopra decorre

dalla data di entrata in vigore della legge regionale n.8/1999; trascorsi tali termini, in assenza dell'autorizzazione, i Comuni devono provvedere alla riclassificazione della zona omogenea Hc nella precedente destinazione funzionale.

La scelta di localizzazione per le aperture di grandi strutture di vendita con superficie coperta complessiva superiore a mq. 5.000, da ubicarsi nelle aree edificate, per le quali non sia possibile, per la preesistenza di zone omogenee a diversa caratterizzazione, procedere alla variante urbanistica di zona omogenea Hc, è soggetta a specifica autorizzazione della Giunta regionale.

Per le grandi strutture di vendita, costituite in singolo esercizio di grande dettaglio, che abbiano ottenuto il nulla osta, relativamente ad una superficie coperta complessiva compresa tra i mq. 2.500 ed i mq. 5.000, anteriormente all'entrata in vigore della legge regionale n. 8/1999, non si fa luogo all'obbligo della variante urbanistica della zona Hc, per l'ampliamento fino a mq. 5.000.

L'attuazione di quanto previsto dalla variante urbanistica Hc deve essere sviluppata attraverso appositi piani regolatori particolareggiati di iniziativa privata.

I proprietari di aree o di edifici inclusi in un ambito Hc che rappresentano, in base all'imponibile catastale, almeno i due terzi del valore delle aree e degli edifici compresi nell'ambito predetto, possono predisporre e presentare al Comune proposte di Piano regolatore particolareggiato comunale (PRPC).

Contestualmente alla presentazione del Piano i proprietari propongono uno schema di convenzione da approvarsi unitamente al PRPC, che deve prevedere:

- a) l'impegno a realizzare gli interventi di urbanizzazione previsti dal PRPC;
- b) la cessione gratuita, entro i termini stabiliti, delle aree necessarie per le opere di urbanizzazione primaria, nonché la cessione gratuita delle aree necessarie per la realizzazione delle opere di urbanizzazione secondaria nei limiti di cui alla lettera c);
- c) l'assunzione, a carico dei proponenti, degli oneri relativi alle opere di urbanizzazione primaria e di una quota parte delle opere di urbanizzazione secondaria relative al piano di quelle opere che siano necessarie per allacciare la zona a pubblici servizi. La quota è determinata in base a criteri da stabilire con delibera comunale in relazione all'entità ed alle caratteristiche del piano;



d) i termini entro i quali deve essere ultimata l'esecuzione delle opere, nonché le garanzie finanziarie per l'adempimento degli obblighi derivanti dalla stipula della convenzione.

Diventa esecutiva la deliberazione di approvazione del PRPC, si procede alla stipula della convenzione.

Successivamente il Sindaco invita, entro trenta giorni dalla data di esecutività della deliberazione di approvazione del PRPC, i proprietari che non abbiano aderito alla formazione del PRPC ad attuare le indicazioni del predetto piano stipulando, entro un termine perentorio di novanta giorni, la convenzione di cui sopra.

Decorsi inutilmente i termini, il Comune procede alla espropriazione delle aree e degli edifici dei proprietari che non abbiano aderito al piano, con la possibilità di cedere, in proprietà o in diritto di superficie, ai soggetti privati che ne abbiano fatto richiesta, con diritto di prelazione ai proprietari della maggioranza del valore delle aree e degli edifici compresi nell'ambito del PRPC e previa stipula di una convenzione, le aree e gli edifici espropriati.

Al termine del periodo di efficacia del PRPC permangono a tempo indeterminato gli obblighi di rispetto delle indicazioni tipologiche, degli allineamenti e delle altre prescrizioni urbanistiche stabilite dal PRPC.

Non necessitano di approvazione di variante al PRPC le modifiche planovolumetriche che non alterino le caratteristiche tipologiche di impostazione del PRPC stesso, non incidano sul dimensionamento globale degli insediamenti e non diminuiscano la dotazione di aree per servizi pubblici o di uso pubblico.

Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Dalla documentazione inviata non risulta l'adozione di piani comunali per la tutela del centro storico e per la qualificazione di aree urbane di particolare interesse.

La regione prevede che i Comuni possano procedere alla formazione del Piano di settore del commercio ad integrazione degli strumenti urbanistici comunali, in forma associata.

In tale ipotesi, il Piano di settore approvato dai singoli Consigli comunali è trasmesso alla Regione la quale, entro novanta giorni dal ricevimento, può esprimere riserve vincolanti nel solo caso in cui verifichi contrasti con gli indirizzi di natura

ambientale o infrastrutturale del vigente Piano urbanistico regionale (PUR) ovvero del Piano territoriale regionale generale qualora in vigore.

Fatta eccezione per i Comuni facenti parte di Comunità montane, la base demografica minima da raggiungere fra i Comuni che intendono formare il Piano di settore in forma associata, è fissata nel limite di 30.000 abitanti.

Il Piano di settore segue, ai fini della adozione e approvazione, le procedure di cui a precedenti leggi regionali che facevano riferimento ai piani commerciali della previgente disciplina. L'entrata in vigore del Piano di settore comporta la decadenza dei Piani commerciali precedentemente in vigore nei singoli Comuni.

Dalla documentazione inviata non si riscontra l'adozione del Piano di Settore da parte del comune di Trieste.

7

Urbanistica commerciale

❖ Dalla documentazione inviata non si ha notizia di varianti o approvazioni di strumenti urbanistico-territoriali dal parte del comune di Trieste, né di accordi e convenzioni relativi al zone Hc, né di PRPC.

La deliberazione della Conferenza di servizi, nel caso vada riferita all'insediamento, all'ampliamento o al trasferimento di grandi strutture di vendita, con superficie coperta complessiva superiore a mq. 1.500, deve essere preceduta dal parere della Direzione regionale della pianificazione territoriale, da rilasciarsi nel termine di sessanta giorni.

Qualora tale parere non venga espresso nel termine previsto, il medesimo si intende favorevole. Il parere va espresso avuto riguardo al rispetto dei criteri per le scelte localizzative ed in conformità alla normativa vigente in materia urbanistica e commerciale.

Il parere non è richiesto per l'insediamento, l'ampliamento o il trasferimento di grandi strutture di vendita per le quali è obbligatoria l'allocatione nella zona omogenea Hc.

8

Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

❖ Non vi è notizia di provvedimenti comunali in materia.

Dalla documentazione regionale ricevuta non si rilevano norme particolari in materia. ●

Consistenze

TRIESTE	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	62	74	488	62	73	484	0,0%	-1,4%	-0,8%
Non specializzati	12	12	123	11	11	124	-8,3%	-8,3%	0,8%
Non specializzati prevalenza alimentare	221	267	1.635	231	275	1.678	4,5%	3,0%	2,6%
Non specializzati prevalenza non alimentare	24	25	91	23	25	107	-4,2%	0,0%	17,6%
Frutta e verdura	162	173	548	153	164	525	-5,6%	-5,2%	-4,2%
Carne e prodotti a base di carne	111	122	530	101	112	511	-9,0%	-8,2%	-3,6%
Pesci, crostacei, molluschi	47	52	117	54	60	124	14,9%	15,4%	6,0%
Pane, pasticceria, dolciumi	51	54	254	54	58	274	5,9%	7,4%	7,9%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	13	14	82	15	16	82	15,4%	14,3%	0,0%
Tabacco e altri generi di monopolio	153	171	658	142	160	656	-7,2%	-6,4%	-0,3%
Altri esercizi specializzati alimentari	161	170	359	149	157	329	-7,5%	-7,6%	-8,4%
Farmacie	60	68	363	60	68	362	0,0%	0,0%	-0,3%
Articoli medicali e ortopedici	15	15	68	18	18	74	20,0%	20,0%	8,8%
Cosmetici e articoli di profumeria	82	89	395	80	86	405	-2,4%	-3,4%	2,5%
Prodotti tessili e biancheria	50	50	266	53	54	275	6,0%	8,0%	3,4%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	654	703	2.550	631	680	2.534	-3,5%	-3,3%	-0,6%
Calzature e articoli in cuoio	151	159	576	151	159	576	0,0%	0,0%	0,0%
Mobili, casalinghi, illuminazione	128	139	784	133	146	794	3,9%	5,0%	1,3%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	123	131	507	119	130	511	-3,3%	-0,8%	0,8%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	125	156	615	129	159	627	3,2%	1,9%	2,0%
Libri, giornali, cartoleria	203	222	949	204	223	956	0,5%	0,5%	0,7%
Altri esercizi specializzati non alimentari	509	544	2.206	520	556	2.209	2,2%	2,2%	0,1%
Articoli di seconda mano	52	53	92	47	48	87	-9,6%	-9,4%	-5,4%
TOTALE	3.169	3.463	14.256	3.140	3.438	14.304	-0,9%	-0,7%	0,3%

Genova

Comune di

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Il Comune di Genova con delibera regionale del 1999 è stato inserito nell'elenco dei comuni a prevalente economia turistica e città d'arte.

Di conseguenza gli operatori commerciali possono liberamente determinare l'orario di apertura e chiusura degli esercizi. È inoltre concessa loro la facoltà di derogare alla chiusura domenicale e festiva oltre che a quella infrasettimanale.

B) Aperture notturne

❖ Non vi è documentazione a disposizione

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ Dalla documentazione inviata, il comune di Genova fin dall'entrata in vigore della riforma non ha adottato provvedimenti che, in modo specifico, limitassero o circoscrivessero la libera apertura degli esercizi di vicinato, adeguandosi solo ad alcuni limiti dimensionali dettati dalla regione in relazione a determinate zone urbane.

Le norme regionali di attuazione prevedono, infatti, avvalendosi della deroga di cui all'art. 10, comma 4, del decreto di riferimento, i seguenti limiti massimi di superficie di vendita per gli esercizi di vicinato di generi sia alimentari sia non alimentari:

- a) in tutte le zone urbanistiche di tipo "A" ai sensi del d.m. 2.4.1968 n. 1444: mq. 100 E.V;
- b) nei centri storico-commerciali indicati nel precedente paragrafo 6: mq. 100 E.V;
- c) in tutti i Comuni con popolazione residente fino a 3.000 abitanti: mq. 100 E.V;
- d.) tutte le frazioni o centri abitati decentrati fino a 500 abitanti: mq. 100 E.V.

Nelle zone non comprese negli ambiti territoriali sopraindicati si applicano i limiti di legge (mq. 150 nei Comuni fino a 10.000 abitanti e mq. 250 in quelli con più di 10.000 abitanti).

Negli ambiti sopraindicati di cui alle lettere a), c), d), l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento della superficie fino al limite di superficie di vendita di 100 mq. è soggetta a semplice comunicazione a norma dell'art. 7, comma 1, del decreto di riferimento, nel rispetto dei vincoli di natura urbanistica.

Negli ambiti sopraindicati di cui alla lettera b) l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento della superficie fino al limite di superficie di vendita di 100 mq. è soggetta a comunicazione a norma dell'art. 7, comma 1, del decreto di riferimento, nel rispetto dei vincoli di natura urbanistica e subordinate alle procedure di impatto, che sono indicate nel successivo paragrafo.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ Si fa riferimento alle procedure generali dettate dal decreto di riforma, non avendo altra notizia di procedure particolari messe a punto in sede comunale.

B) Aperture medie strutture di vendita

❖ Il comune di Genova con deliberazione del Consiglio in data 11 dicembre 2001 n.148 ha provveduto ad adottare i criteri e le norme relative al procedimento per il rilascio delle autorizzazioni di medie strutture di vendita. Il provvedimento è stato assunto recependo integralmente gli indirizzi dettati dalla regione.

Le norme regionali dettano, infatti, i criteri cui i comuni devono attenersi per l'approvazione dei relativi, sunnominati, provvedimenti.

In particolare, per le medie strutture di vendita alimentari i criteri comunali, previsti dall'art. 8, comma 3, del decreto legislativo n. 114/98, per l'autorizzazione all'apertura, all'ampliamento di medie strutture di vendita, devono conformarsi alle seguenti disposizioni:

a) nelle zone urbanistiche di tipo "A", ad esclusione dei centri storico-commerciali come definiti al punto 6, sono autorizzabili superfici di vendita di generi alimentari comprese tra i 101 e i 150 mq. (per i comuni con meno di 10.000 abitanti) e 101 e 250 mq. (nei Comuni con più di 10.000 abitanti).

La deroga sopra specificata è motivata dall'esigenza socio-economica di salvaguardare le unità di vendita di piccola dimensione esistenti in porzioni limitate del territorio che rendono un servizio imprescindibile per gli utenti (nei piccoli comuni e nelle piccole frazioni) o quelle che concorrono alla qualificazione delle funzioni locali nei centri storici e nelle aree di maggiore "polarizzazione" commerciale;

b) nel caso di medie strutture con superfici di vendita superiori ai limiti di cui alla lettera prece-

dente, il loro limite complessivo di autorizzabilità non può superare le percentuali sotto indicate della superficie complessiva di vendita di prodotti alimentari degli esercizi esistenti al 31.12.1998 nell'ambito comunale di riferimento, dedotta la superficie di vendita relativa alle grandi strutture di vendita presenti (superiori rispettivamente a mq. 1.500 nei Comuni fino a 10.000 abitanti e mq. 2.500 in quelli con più di 10.000 abitanti):

- del 12% nei Comuni fino a 10.000 abitanti;
- del 10% in quelli da 10.000 a 20.000 abitanti;
- dell'8% in quelli da 20.000 a 40.000 abitanti;
- del 6% in quelli da 40.000 a 100.000 abitanti;
- del 5% in quelli con più di 100.000 abitanti.

I diversi limiti di autorizzabilità sono giustificati dall'opportunità da un lato di consentire ai Comuni medio- piccoli di potere colmare eventuali carenze della loro rete con medio- piccole strutture di vendita; dall'altro di evitare che nei Comuni maggiori, nei quali in genere le medie strutture di vendita alimentari sono già sufficientemente presenti, si manifestino processi di trasformazione della rete troppo incisivi in tempi troppo rapidi.

Il limite complessivo di superficie autorizzabile sia per aperture sia per ampliamenti viene distribuito dal Comune in più classi dimensionali sulla base delle esigenze di sviluppo e adeguamento della rete distributiva locale.

I limiti di superficie autorizzabile per singolo esercizio devono essere compatibili con i limiti massimi di superficie consentiti nelle varie zone urbanistiche di rispettiva localizzazione.

I limiti percentuali sopraindicati operano per una sola volta nell'ambito di vigenza del piano.

Il trasferimento di medie strutture di vendita alimentari è regolato dai criteri comunali di programmazione nel rispetto dei vincoli urbanistico-commerciali.

Per le medie strutture di vendita non alimentari, i criteri comunali, previsti dall'art. 8, comma 3, del decreto legislativo n. 114/1998, per l'autorizzazione all'apertura e all'ampliamento di medie strutture di vendita non alimentari, devono conformarsi alle seguenti disposizioni:

- i limiti di superficie autorizzabile per singolo esercizio devono essere compatibili con i limiti massimi di superficie consentiti nelle varie zone urbanistiche di rispettiva localizzazione;
- il trasferimento di medie strutture di vendita non alimentari è regolato dai criteri comunali di

programmazione nel rispetto dei vincoli urbanistico-commerciali;

- la localizzazione di queste strutture di vendita, nonché delle altre strutture operanti nei settori prevalenti delle “shopping- goods” (ad esempio: calzature, pelletterie, tessuti per l'arredamento, ecc.), è preferibile che si realizzi all'interno delle aree di “polarizzazione commerciale”, con un limite dimensionale di 600 mq., comprese in zone urbanistiche di tipo “A”;
- per le medie strutture di vendita di generi non alimentari, nel rispetto della compatibilità di cui ai successivi punti e degli altri vincoli urbanistico-commerciali, i Comuni regolano lo sviluppo della rete sulla base delle esigenze dei consumatori, privilegiando le localizzazioni decentrate per le strutture con attività prevalente nei settori delle “speciality goods” (ad esempio: mobili, articoli per l'edilizia, bricolage, ecc.).

Le norme comunali prevedono, inoltre, che alla domanda di autorizzazione all'apertura, trasferimento, ampliamento, deve essere allegata la seguente documentazione:

- planimetria del locale in scala adeguata redatta da un tecnico iscritto all'albo, datata e riportante la superficie destinata alla vendita al minuto distinta da quella riservata a depositi, servizi o altre funzioni e gli estremi del progetto edilizio, qualora siano stati effettuati interventi edilizi;
- planimetria dell'area asservita a parcheggio per la clientela, la movimentazione di merci con evidenziata la viabilità di accesso, l'entrata delle aree di sosta e gli estremi del progetto edilizio, se presentato;
- atto di asservimento delle aree per parcheggi in forma notarile e debitamente registrato;
- verifica trasportistica ai sensi del punto 15.2 della Delibera del Consiglio Regionale n.29/99;
- attestazione del versamento dovuto;
- dichiarazione del professionista abilitato attestante la necessità o meno di interventi edilizi;
- dichiarazione del richiedente inerente alla disponibilità di locali idonei;
- nel caso di cittadini extracomunitari permesso di soggiorno in corso di validità;
- eventuale documentazione integrativa per lo svolgimento di attività soggette a particolari disposizioni.

C) Apertura grandi strutture di vendita

- ❖ La Legge regionale di attuazione detta le norme sul procedimento amministrativo relativo al

rilascio delle autorizzazioni per l'apertura, trasferimento ed ampliamento di grandi strutture di vendita.

In particolare: le istanze di rilascio dell'autorizzazione relativa alle grandi strutture di vendita sono presentate dall'interessato allo sportello unico. Tali istanze devono essere corredate, oltreché dalla documentazione di cui all'articolo 9, comma 2, del D.Lgs. 114/1998, anche da apposita autocertificazione, sottoscritta da professionista abilitato unitamente all'interessato, attestante la conformità dell'attività agli indirizzi ed ai criteri di programmazione commerciale e urbanistica emanati dalla Regione, con particolare riguardo al rispetto degli standard di parcheggio ed alla verifica di impatto trasportistico.

Per ottenere il rilascio dell'autorizzazione alla vendita si fa ricorso alla conferenza di servizi di cui all'articolo 9, commi 3 e 4 del D.Lgs. 114/1998, che viene indetta dalla struttura comunale preposta allo sportello unico.

Il procedimento è concluso mediante conferenza decisoria da effettuarsi entro il termine di novanta giorni dalla data di convocazione della conferenza referente, decorso infruttuosamente il quale l'istanza di autorizzazione si intende accolta.

Può farsi ricorso alle procedure di cui agli articoli 16, 17, 18 e 19 della L.r. 9/1999 qualora l'insediamento di grande strutture di vendita richieda:

- a) il rilascio di autorizzazioni o concessioni edilizie ovvero di altre autorizzazioni o nulla-osta, pareri od assensi comunque denominati;
- b) l'approvazione di varianti agli strumenti di pianificazione territoriale ed urbanistica anche al di fuori dei casi e dei limiti stabiliti dall'articolo 18, comma 3, della L.r. 9/1999.

Nei casi di cui sopra, la procedura di conferenza di servizi per il rilascio dell'autorizzazione alla vendita, è esperita contemporaneamente alla procedura di conferenza di servizi di cui all'articolo 18 della L.r. 9/1999, fermo restando che in caso di non conformità urbanistico- edilizia di detti interventi, la conclusione del procedimento per il rilascio dell'autorizzazione commerciale rimane subordinata all'esito della conferenza di cui all'articolo 18 della L.r. 9/1999 ed il termine è sospeso fino all'assunzione della deliberazione della conferenza decisoria di cui al ridetto articolo 18.

Gli ampliamenti delle grandi strutture di vendita non comportanti esecuzione di lavori urbanistico- edilizi e non eccedenti il limite del 20 per cento della superficie di vendita già autorizzata,

sono autorizzati mediante presentazione di istanza alla struttura comunale preposta allo sportello unico, che provvede senza ricorso alla conferenza di servizi.

L'istanza si intende accolta decorsi novanta giorni dalla sua presentazione senza che venga comunicato il provvedimento di diniego.

Tale procedura si applica anche agli ampliamenti delle medie strutture di vendita che non comportino esecuzione di lavori urbanistico-edilizi, non eccedano il limite del 20 per cento della superficie di vendita già autorizzata ancorché determinino il superamento dei limiti dimensionali della superficie di vendita di cui all'articolo 4, comma 1, lettera e), del D.Lgs. 114/1998.

Il Comune procede all'individuazione del bacino d'utenza, di cui all'articolo 9, comma 4, del D.Lgs. 114/1998, attraverso l'applicazione di isocrone baricentrate nell'area candidata all'insediamento commerciale fino al limite del territorio interessato e determinato:

- a) attraverso il collegamento più breve dell'area con:
 - 1) autostrada;
 - 2) strada statale;
 - 3) strada provinciale;
 - 4) strada comunale;
- b) sulla base delle seguenti velocità medie di percorrenza:
 - 1) di 20 km/h per percorsi in Comuni aventi popolazione superiore a 20.000 abitanti;
 - 2) di 70 km/h per percorsi autostradali;
 - 3) di 40 km/h per le altre viabilità;
- c) sulla base dei seguenti tempi di percorrenza differenziati per le superfici di vendita:
 - 1) 20' per superfici fino a 3.500 mq.;
 - 2) 30' per superfici fino a 5.000 mq.;
 - 3) 45' per superfici fino a 7.500 mq.;
 - 4) 60' per superfici fino a 10.000 mq.

Ai fini della verifica da parte della Regione della consistenza della superficie di vendita autorizzabile in ogni singolo bacino commerciale, il Comune invia alla Regione copia della domanda di autorizzazione relativa a una grande struttura di vendita.

D) Apertura centro commerciale

❖ Non si riscontrano norme particolari relative al procedimento amministrativo finalizzato al rilascio di autorizzazione all'apertura di centri commerciali.

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ Si fa riferimento a quanto già esposto sopra, alla lettera C) in materia di procedimenti di apertura per le grandi strutture di vendita.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

❖ Non si riscontrano norme particolari in materia.



Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazioni territoriali

❖ Coerentemente con le prescrizioni dell'art. 6, comma 3, del D.Lgs. 114/98 ai fini delle analisi strutturali e dell'articolazione di alcuni indirizzi regionali, vengono classificate le seguenti aree territoriali:

a) ventisette bacini commerciali, caratterizzati da sistemi omogenei di gravitazione, corrispondenti ai bacini commerciali già individuati con apposite analisi delle gerarchie e delle gravitazioni nelle "indicazioni programmatiche per il commercio al dettaglio in sede fissa" deliberate dal Consiglio regionale della Liguria il 7.3.1995. Ciascun bacino risulta composto dai seguenti aggregati di Comuni:

A) due aree metropolitane omogenee, corrispondenti ai bacini commerciali "genovese" e "La Spezia- Val di Magra";

B) dodici aree dell'entroterra montano corrispondenti ad altrettanti bacini commerciali, risultanti dall'aggregazione di Comuni, perlopiù appartenenti, per ciascuna area, a specifiche Comunità Montane, nei quali, seppure limitatamente ai Comuni ed alle frazioni con meno di 3.000 abitanti, applicare gli indirizzi di incentivazione che verranno previsti per le zone montane a bassa densità demografica;

b) i centri storico- commerciali, che devono essere individuati dai Comuni secondo i criteri di seguito specificati:

A) *Centro storico-commerciale di tipologia A*: il solo centro storico di Genova, nella sua delimitazione classica (città medioevale), con riferimento ai suoi percorsi commerciali interni, e comprensivo delle aree del Porto Vecchio recuperate alla città;

B) *Centri storici-commerciali di tipologia B*: nuclei storico-commerciali che presentino congiuntamente le condizioni urbanistiche e commerciali sotto indicate:

- tessuto urbanistico ed edilizio interno dotato di un elevato grado di omogeneità e localizzato in corrispondenza dei nuclei originari delle aree urbane circostanti;
- forte concentrazione di esercizi commerciali tradizionali, con attrattività a largo raggio, organizzati in percorsi continui.

C) *Centri storico-commerciali di tipologia C*: piccoli nuclei di particolare pregio storico-ambientale suscettibili di valorizzazione turistica anche attraverso l'inserimento di attività commerciali ed artigianali coerenti.

Negli ambiti sopraindicati di cui alle lettere a) e b), per le medie strutture di vendita i limiti dimensionali massimi previsti per legge sono ridotti rispettivamente da 2.500 mq. a 1.500 mq. nei Comuni con più di 10.000 abitanti e da 1.500 mq. a 1000 mq. nei Comuni con meno di 10.000 abitanti.

Tali limiti esprimono unicamente classi dimensionali di riferimento, fermo restando che i limiti di superficie di vendita autorizzabile possono essere ridotti sulla base dei criteri di autorizzazione commerciale nonché sulla base dei criteri urbanistici. Per quel che riguarda l'ulteriore classificazione dimensionale delle medie strutture di vendita si fa riferimento a quanto dettato dalla regione ed esposto più sopra al numero 3) lettera B).

B) Criteri qualitativi

❖ Non si riscontrano particolari criteri qualitativi dettati dall'amministrazione comunale per l'apertura di medie strutture di vendita.

La regione ha dettato alcuni criteri qualitativi (detti di qualità urbana) per i nuovi insediamenti, e più precisamente alcune raccomandazioni per le nuove strutture comm./prod.

In area libera: il progetto deve comprendere fra l'altro l'analisi delle viste (edificio "ambientato": ingresso, fondali, spazi accessori, parcheggi, ...); una soddisfacente verifica di coerenza delle dimensioni d'ingombro, dei colori, dell'orientamento può essere ottenuto anche mediante la redazione di uno studio organico d'insieme che metta in relazione il nuovo centro con l'insediamento al contorno.

La qualità delle aree scoperte pertinentziali è determinante soprattutto laddove, con la previsione commerciale, si perseguono obiettivi di riqualificazione di parti urbane degradate.

Una consistente dotazione di verde alberato è sempre efficace, sia nei casi in cui sia necessario mitigare l'impatto di strutture fuori scala in un ambiente costruito a grana più fine, oppure ove si

voglia migliorare un risultato compositivo di bassa qualità in un intervento di adattamento/riconversione di strutture esistenti ecc..., sia, infine, semplicemente per conferire alle strutture realizzate quel carattere di gradevolezza e di compiutezza cui si faceva cenno più sopra.

L'impianto di verde alberato è raccomandabile anche come soluzione di prima fase per la riqualificazione (con investimenti relativamente contenuti) di strutture produttive di forte impatto e già esistenti che non possano essere rilocalizzate nel breve periodo. Le opere di arredo devono costituire una imprescindibile componente del progetto architettonico. Spazi esterni arredati e vegetati sono un deterrente abbastanza efficace contro l'ammassamento di merci e imballaggi.

Le superfici carrabili e quelle pavimentate in genere devono essere limitate a quelle strettamente necessarie per disimpegnare gli accessi, per gli approvvigionamenti e il parcheggio degli utenti e dei dipendenti. Le sistemazioni a prato con andamento non perfettamente pianeggiante (dune prative con arbusti) e la presenza di grandi alberi costituisce quasi sempre una buona difesa contro improprie "occupazioni in corso d'opera" delle aree esterne, anche a distanza di tempo.

Un altro problema è rappresentato dal fatto che, nella pratica di molti investimenti a carattere immobiliare, si progettano e realizzano, contenitori flessibili, senza cioè una destinazione precisa, per essere posti in vendita o in locazione alle aziende e poter ospitare perciò vari contenuti.

Siffatte operazioni, se non avvengono all'interno di interventi organici di grande portata, dove la qualità dell'insieme è perseguita con una progettazione e una disciplina specifica riferita all'intero ambito in trasformazione, e quindi con una diretta regia comunale, possono condurre a risultati scadenti sotto il profilo dell'immagine per i seguenti motivi:

- assenza di interessi da parte dell'investitore a perseguire qualità nell'organismo edilizio che si accinge a realizzare (ricadute di immagine);
- l'azienda (o le aziende) che si insediano adattano l'insieme alle loro esigenze funzionali peggiorando ulteriormente la situazione, fino a perdere di vista -ammesso che fosse identificabile- la configurazione progettuale di partenza. Tali esigenze di adattamento si ripercuotono il più delle volte sulla qualità degli spazi esterni, sia in quanto superfici sulle quali si ritiene di poter spontaneamente ammassare quello che non sta



all'interno, sia come spazio edificabile "di riserva" per tettoie e corpi aggiunti (si pensi per esempio all'esigenza di stivaggio (anche solo temporaneamente) degli imballaggi, funzione che una progettazione flessibile difficilmente riesce a dimensionare);

- sfalsamento temporale nell'occupazione del contenitore o utilizzazione limitata ad alcune parti; coesistenza nuova fra la attività produttiva/commerciale e il cantiere; permanenza di "vuoti" d'uso che conferiscono senso di incompiuto e degrado dell'insieme;
- manutenzioni edilizie parziali e discontinue operate individualmente dai singoli.

All'interno di zone edificate la disciplina comunale dovrebbe fornire indicazioni anche rispetto ai seguenti elementi:

- la posizione del volume rispetto alle strade, il lotto, nelle situazioni più ricorrenti; sia in termini generali che per specifiche zone destinate alle funzioni in argomento;
- l'altezza dei fabbricati non come parametro astratto ma in termini di coerenza di scala dell'intervento;
- la possibilità o meno di ricorrere a strutture prefabbricate che in ambiti edificati (compresi insediamenti di tipo diffuso) risultano di norma più problematiche sotto il profilo dell'impatto nel contesto;
- in caso di inserimento di funzioni comm./produttive in una struttura edilizia già esistente le attenzioni e i criteri che devono essere osservati nella modifica delle aperture in facciata;
- indicazioni per gli allineamenti, la pelle, l'ingombro della scatola (con particolare riguardo ai casi in cui ci si debba inserire in un'area di stacco o in lotto di completamento);
- celle frigorifere e rumore di fondo.

C) Standard urbanistici

❖ La regione ha dettato i seguenti standard generali. Dotazione di parcheggi pertinenziali per la clientela: sono proposti per le sole MSV e GSV valori minimi di dotazione di parcheggi pertinenziali riservati alla clientela. Non sono previsti valori di soglia per gli Esercizi di Vicinato (EV). Il Comune ha la facoltà di definirli in sede di adeguamento del proprio strumento urbanistico generale.

I valori di soglia proposti devono essere rispettati da dotazione di parcheggi pertinenziali riservati alla clientela localizzati in aree contigue alla struttura di vendita, ovvero ad essa collegate con

un percorso pedonale senza barriere architettoniche e senza interferenze con la viabilità esterna veicolare.

I valori proposti sono differenziati in funzione di:

- I) Settore merceologico della struttura di vendita, distinguendo:

A - alimentare

B - non alimentare

- II) Caratteristiche dimensionali della struttura di vendita, definite in funzione della superficie di vendita (SV) distinta in 3 fasce:

A - sino a 600 mq,

B - da 601 mq sino a 1.500 mq,

C - maggiore di 1.500 mq.

- III) Regime urbanistico dell'area di insediamento della struttura di vendita, distinguendo:

- 1) ai sensi del D.M. 2.4.1968 n. 1444, le zone omogenee:

- A (Centri e nuclei storici)
- B (Residenziali di completamento), ulteriormente suddivise in: zone in cui la funzione di acquisto è altamente relazionata all'accessibilità veicolare, e zone in cui la funzione di acquisto dell'automobile è minore,
- C (Residenziali di espansione)
- D (Produttive);

- 2) ai sensi della legge urbanistica regionale 2.9.1997 n. 36:

- ambiti di conservazione e riqualificazione, ulteriormente suddivisi in:
- zone storiche,
- zone non storiche, in cui la funzione di acquisto è altamente relazionata all'accessibilità veicolare,
- zone non storiche, in cui la dipendenza dall'automobile è minore,
- distretti di trasformazione;

Alle Zone A, ovvero alle zone storiche degli ambiti di conservazione e riqualificazione, sono assimilate, ai fini dell'applicazione dei criteri proposti, le zone edificate in cui si applica il regime normativo di *conservazione* del Piano Territoriale di Coordinamento Paesistico.

Negli abachi seguenti sono riportate, per ciascuno degli incroci possibili tra le classificazioni sopra specificate (settore merceologico, fascia di superficie di vendita, regime urbanistico dell'area), le relazioni che identificano la proposta di dotazioni minime di posti auto (PA standard) e di superficie dell'area destinata a parcheggio comprensiva delle zone di manovra (SP standard).

Esercizi Alimentari		SV ≤ 600 mq	600 < SV ≤ 1.500 mq	SV < 1.500 mq
Distretti di trasformazione Ovvero Zone C e D			$PA_{standard} = 0,1267 \times SV - 40$ e $SP_{standard} = 3,167 \times SV - 1000$	$PA_{standard} = 0,1 \times SV$ e $SP_{standard} = 2,5 \times SV$
Ambiti di conservazione e riqualificazione (zone storiche escluse) Ovvero Zone B	Alta dipendenza da auto	$PA_{standard} = 0,05 \times SV$ e $SP_{standard} = 1,35 \times SV$	$PA_{standard} = 0,114 \times SV - 36$ e $SP_{standard} = 2,85 \times SV - 900$	
	Media dipendenza da auto	$PA_{standard} = 0,03 \times SV$ e $SP_{standard} = 0,75 \times SV$		
Ambiti di conservazione e riqualificazione (zone storiche) Ovvero Zone A				
Esercizi Non Alimentari		SV ≤ 600 mq	600 < SV ≤ 1.500 mq	SV < 1.500 mq
Distretti di trasformazione Ovvero Zone C e D		$PA_{standard} = 0,03 \times SV$ e $SP_{standard} = 0,75 \times SV$		
Ambiti di conservazione e riqualificazione (zone storiche escluse) Ovvero Zone B				
Ambiti di conservazione e riqualificazione (zone storiche) Ovvero Zone A		Non sono definiti valori di standard		

L'autorizzazione per l'apertura, il trasferimento di sede o l'ampliamento della superficie di vendita di una struttura di vendita o di modifica del settore merceologico, è subordinata al rispetto degli standard, ossia di entrambe le relazioni riportate negli abachi:

$$PA > = PA_{standard} \text{ e } SP > = SP_{standard}$$

Al fine del calcolo degli standard si fa sempre riferimento alla totalità della superficie di vendita.

Ad esempio, un esercizio alimentare in zona B con SV = 580 mq, per il quale si richieda un ampliamento a 650 mq, dovrà per soddisfare entrambe le relazioni, avere almeno 39 posti auto e 593 mq di parcheggio (entrambi i valori riferiti a parcheggio ad uso esclusivo della clientela), essendo:
 $[PA > = PA_{standard} = 0,114 \times 650 - 36 = 38,1]$ e
 $[SP > = SP_{standard} = 2,85 \times 650 - 900 = 953 \text{ mq}]$

La spinta formalizzazione dei criteri lascia uno spazio di indeterminazione, laddove non si definiscono i parametri che discriminano, all'interno delle Zone B (ovvero delle zone non storiche degli ambiti di conservazione e riqualificazione) per gli esercizi con SV < = 600 mq, il livello di dipendenza dall'auto.

Trattasi non di una dimenticanza; bensì di una precisa scelta, che privilegia il livello della pianifi-

cazione comunale (PUC o PRC) quale naturale sede per definire quale debba essere il livello "desiderato" di accessibilità veicolare. Nondimeno è possibile individuare nel valore di densità (dato dal rapporto popolazione residente/superficie territoriale) un parametro importante al fine dell'orientamento della scelta: un valore di soglia potrebbe essere definito in 20.000 residenti a kmq (ossia, per valori minori della soglia, la zona è definita ad "alta dipendenza dall'auto").

Al fine di minimizzare le interferenze con la circolazione, ogni MSV o GSV deve essere dotata di area di sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento delle merci (nel seguito definita SPmov).

Al fine del calcolo di SPmov, si propone, per le strutture di vendita con SV < = 2.500 mq, la seguente relazione:

$$SP_{mov} > = 0,18 \times SV + 48 \text{ [mq]}$$

Si ritiene inoltre che, al fine di evitare che il conteggio di SPmov comprenda prevalentemente spazi residui non utilizzabili per la funzione di sosta e movimentazione, SPmov debba avere una forma tale da consentire di potere inscrivere in essa un

rettangolo di misure non inferiori a 5x10 [ml].

Per esercizi con $SV > 2.500$ mq, SPmov dovrebbe risultare maggiore di 500 mq; si ritiene tuttavia non opportuno formalizzare il fabbisogno in termini di standard, rinviando la valutazione di idoneità di SPmov alla fase dell'istruttoria del progetto edilizio.

SPmov deve essere contigua all'esercizio commerciale ed essere adibita ad uso esclusivo per la sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento dell'esercizio commerciale. Appare tuttavia opportuna una deroga solo per gli esercizi minori (con $SV \leq 600$ mq). In tale caso è consentito l'utilizzo (a fini della sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento delle merci) dell'area destinata a parcheggio pertinenziale per la clientela; contestualmente è richiesto un incremento della dotazione di spazi destinati a parcheggio per la clientela, ossia:

- la superficie destinata a parcheggio (SP) deve soddisfare la relazione: $SP > = SP_{standard} + 50$ [mq]
- il numero di posti auto (PA) devono soddisfare la relazione: $PA > = PA_{standard} + 2$

L'accesso all'area di sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento delle merci della viabilità pubblica deve essere idoneo alla manovra dei veicoli adibiti al trasporto delle merci.

Per esercizi con $SV > 2.500$ mq è richiesta la separazione degli accessi veicolari al parcheggio riservato alla clientela ed all'area di sosta e movimentazione dei veicoli commerciali.

Al rispetto di tali criteri è subordinata l'autorizzazione per l'apertura, il trasferimento di sede o l'ampliamento della superficie di vendita di una struttura di vendita o di modifica del settore merceologico.

In ogni caso, per la verifica del rispetto dei criteri proposti, occorre sempre riferirsi alla totalità della superficie di vendita.

La regione individua inoltre un ulteriore criterio volto a disciplinare il punto relativo alla lettera c) comma 2, art. 6 D.Lgs. 114/1998.

Si ritiene infatti che laddove la struttura di vendita comporti notevoli movimentazioni di persone e merci sia necessaria una verifica delle condizioni di accessibilità e di impatto trasportistico: tale verifica da un lato costituisce uno degli elementi di cui tenere conto nella pianificazione urbanistica e quindi nel prevedere nell'inquadrare siffatta superficie di vendita negli strumenti urbanistici e dall'altro la stessa debba costituire una delle con-

dizioni per il rilascio dei titoli necessari all'apertura di una nuova struttura.

Pertanto i criteri di seguito indicati costituiscono da un lato indirizzi di cui tenere conto nel procedimento di variante degli strumenti urbanistici (o di formazione dei nuovi strumenti) e dall'altro configura criterio vincolante posto che tale verifica verrà a costituire uno degli elementi necessari nel procedimento di rilascio della autorizzazione secondo le modalità che saranno definite nel provvedimento legislativo che si affiancherà al presente provvedimento.

Sono proposti due distinti livelli di verifica, validi per le MSV (Medie Strutture di Vendita) e per le GSV (Grandi Strutture di Vendita):

- 1) verifica delle condizioni di accessibilità a livello puntuale, ossia riferite all'interfaccia tra viabilità ed aree di sosta e movimentazione della struttura di vendita;
- 2) verifica di impatto trasportistico a livello di rete.

Il riferimento normativo è individuato nell'art. 6, comma 1, punto c) del D.Lgs. 31.3.1998 n. 114.

La regolamentazione proposta è anche funzionale all'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali da parte degli strumenti urbanistici.

Le aree di sosta (parcheggio per la clientela ed area di movimentazione delle merci) della struttura di vendita devono essere opportunamente raccordate alla viabilità, in modo tale da non determinare, nelle situazioni di massimo utilizzo delle aree di sosta, condizioni di intralcio alla circolazione sulla viabilità (ad esempio la formazione di code sulla sede stradale destinata alla circolazione).

In particolare, nel caso di strutture di vendita con un dotazione di parcheggio alla clientela maggiore di 150 posti auto è richiesta una specifica regolamentazione dell'immissione/uscita al/dal parcheggio, con la verifica della/delle intersezioni.

La soglia di 150 posti auto è definita considerando che essa corrisponde a parcheggi di notevole dimensione (con superficie globale non inferiore a 3.750 mq). Si rileva inoltre che, con riferimento ai valori di dotazione minima regolamentati, tale dotazione di posti auto corrisponde alle seguenti tipologie commerciali:

- strutture di vendita alimentari (esercizi singoli o centri commerciali) con $SV > 1500$ mq.
- strutture di vendita non alimentari (esercizi singoli o centri commerciali) con $SV > 5.000$ mq.;

La verifica di impatto trasportistico a livello di rete deve essere prodotta per le sole strutture di vendita con una dotazione di parcheggio alla clientela superiore a 150 posti auto.

Il Comune ha la facoltà di abbassare la soglia di 150 posti auto ma non di alzarla.

La verifica di impatto deve prendere in considerazione tutta la rete stradale compresa entro un'area di raggio pari ad almeno 1,5 km, incentrata sul punto di accesso al parcheggio per la clientela della struttura di vendita, ovvero la stessa rete sino al punto in cui essa intercetta le strade (interne all'area come sopra definita) classificabili ai sensi del codice della strada art. 2 come autostrade.

Il flusso orario veicolare da considerare per la verifica di impatto è dato dalla somma di:

- portata oraria di servizio, stimata sulla base di rilievi di traffico relativi alla situazione "attuale" (ossia senza struttura di vendita);
- traffico orario addizionale generato dalla struttura di vendita, convenzionalmente posto pari al doppio dei posti auto del parcheggio riservato alla clientela.

Considerato il carattere di sistema complesso della rete (anche in relazione alle numerosissime casistiche possibili) non è opportuno proporre standard in riferimento per la verifica.

La verifica deve tuttavia dimostrare, mediante analisi a livello di intera rete (come sopra definita), di singole sezioni tipiche e di singole intersezioni tipiche, che il flusso orario veicolare è compatibile con la capacità della rete (aste ed intersezioni).

La metodologia da assumere a riferimento è quella del HCM (Highway Capacity Manual) o altra di almeno pari qualificazione.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ I riferimenti comunali sul punto sono contenuti nella già citata delibera del consiglio n. 148/2001.

Per le norme dettate dalla regione si fa riferimento a quanto verrà esposto in seguito in materia di grandi strutture, ed a quanto già sopra accennato al numero 3) lettera B).

Ad ogni modo il comune di Genova ha stabilito, con riferimento al settore non alimentare, che:

- nelle zone urbanistiche AS ed AE sono autorizzabili nuove aperture di medie strutture superiori ai 100 mq. e fino ai 250mq.;
- nelle zone AS sono autorizzabili nuove aperture di medie strutture se inserite all'interno del

C.I.V. artificiale, fino a 500mq. incrementabili a 1000mq. in base alla specifica disciplina del PUC;

- nei centri storici di tipo A e B sono autorizzabili nuove aperture, ampliamenti e trasferimenti di medie strutture superiori a 100 mq. e fino ai limiti dimensionali individuati nelle zone urbanistiche di rispettiva localizzazione;
- nella sottozona AC sono autorizzabili nuove aperture di medie strutture superiori a 100mq. e fino 600mq.;
- nelle zone urbanistiche AV, EE ed EM assimilate alla zona A, non sono ammesse medie strutture di vendita;
- nelle zone sopra elencate gli esercizi con superficie netta di vendita superiore ai limiti stabiliti nei punti precedenti ove ammessi dal PUC, anche se definiti dallo stesso PUC quali medie strutture di vendita, sono assoggettate alla procedura prevista per le grandi strutture di vendita.

Con riferimento, invece, al settore alimentare:

- nei centri storici di tipo A e B non sono autorizzabili medie strutture di vendita per tutto il periodo di vigenza del piano comunale;
- nelle parti di zone urbanistiche AS e AE non classificate come centri storici commerciale di tipo A e B, sono autorizzabili superfici di vendita superiori ai 100mq. e fino ai 250mq., anche se definiti esercizi di vicinato dal PUC;
- nelle zone urbanistiche AV, EE ed EM non sono ammesse medie strutture di vendita;
- per le medie strutture con superficie di vendita superiore a 250 mq. la regione Liguria, come già accennato in precedenza, ha fissato il limite massimo di superficie autorizzabile nel 5% della superficie complessiva di vendita di prodotti alimentari degli esercizi esistenti al 31 dicembre 1998 nell'ambito comunale, dedotta la superficie di vendita relativa alle grandi strutture alimentari.

Tale limite massimo per il comune di Genova ammonta per il periodo di vigenza del relativo provvedimento a complessivi mq. 9.623 così calcolati:

- mq. 200.995 superficie complessiva di vendita alimentari al 31 dicembre 1998
- mq. 8.500 superficie da dedurre relativa alle grandi strutture di vendita

$$\text{mq. } 192.455 \times 5\% = \text{mq. } 9.623.$$

In base alle verifiche effettuate, si ritiene sufficiente a coprire il fabbisogno di superficie commerciale auto-

rizzabile la percentuale del 4,5 che ammonta a mq. 8660.

Il PUC ha inoltre individuato una serie di opportunità di insediamento di nuove strutture alimentari di media dimensione all'interno di specifici ambiti e distretti di trasformazione del territorio comunale.

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ Per grandi strutture di vendita si intendono quelle con superficie di vendita superiore ai 1.500 mq. nei comuni con meno di 10.000 abitanti ed ai 2.500 mq. nei comuni con dimensione demografica superiore.

Per le classificazioni territoriali si fa riferimento a quanto esposto al numero 4) lettera A).

B) Criteri qualitativi

❖ Dalla documentazione inviata non risulta la previsione, da parte del comune, di particolari criteri qualitativi finalizzati all'apertura di grandi strutture di vendita. Per i criteri qualitativi (urbani) previsti dalla regione si fa riferimento a quanto già esposto al numero 4) lettera B).

C) Standard urbanistici

❖ Si fa riferimento a quanto già esposto, sopra, al numero 4) lettera C) in materia di medie strutture di vendita.

D) Parametri numerici e/o localizzazioni commerciali

❖ Nell'individuazione dei criteri di cui all'art. 6 comma 2 p.a) del D.Lgs. 114/1998 appare necessario tenere conto dei seguenti elementi:

- altre disposizioni del citato D.Lgs. 114/1998, in particolare laddove si desume il principio di indicare i limiti cui sottoporre gli insediamenti commerciali con riferimento ai centri storici;
- la diversa zonizzazione che contraddistingue gli strumenti urbanistici vigenti (piani regolatori generali, programmi di fabbricazione), che dovranno essere oggetto di varianti, rispetto ai nuovi strumenti urbanistici (PUC) in corso di formazione; pertanto nel primo caso il riferimento, rispetto al quale andrà valutata la compatibilità o meno degli insediamenti commerciali, dovrà necessariamente essere costituito dalle zone omogenee di cui al D.M. 2.4.1968; nel secondo caso, invece tale riferi-

mento sarà costituito dagli ambiti di conservazione/riqualificazione e dai distretti di trasformazione;

- la differenziazione tra le diverse tipologie di vendita, secondo l'articolazione operata dal citato D.Lgs. 114/1998 e secondo le ulteriori specifiche contenute nelle norme regionali per il profilo strettamente commerciale, distinguendo quindi, tra:

- esercizi di vicinato,
- media struttura di vendita,
- grandi strutture di vendita.

Ulteriore differenziazione si ritiene debba essere costituita dal settore merceologico di vendita, tenuto conto del diverso effetto, ai fini sia urbanistici che commerciali, che tale differenziazione comporta. A tal fine la tipologia delle strutture di vendita, definita per settori merceologici, è differenziata nelle seguenti categorie:

- alimentari o miste (intendendo strutture in cui è comunque prevalente la vendita di generi alimentari);
- non alimentari;
- la dimensione del Comune posto che la superficie di vendita, per gli esercizi di vicinato e per le medie e per le grandi strutture di vendita, corrisponde a valori diversi in base all'art. 1 del D.Lgs. 114/1998, a seconda che la popolazione del Comune sia inferiore o superiore a 10.000 abitanti, con le deroghe fissate dalla regione, a norma dell'art. 10 comma 4 del decreto medesimo.

Premesso quanto sopra, vengono quindi di seguito indicati i criteri ai quali la strumentazione urbanistica comunale dovrà riferirsi per individuare per ciascuna zona ovvero per gli ambiti/distretti l'ammissibilità o meno di strutture di vendita.

Onde consentire una chiara e sintetica indicazione dei criteri in parola, posto che gli stessi si traducono in una valutazione circa la compatibilità o meno dei vari tipi di struttura di vendita nelle specifiche zone di piano (ovvero negli ambiti/distretti del PUC) gli stessi vengono riassunti in due tabelle, che di seguito vengono riportate: l'una costituente riferimento per apportare varianti ai vigenti PRG/PE, l'altra per dettare tale disciplina in sede di formazione dei PUC.

Nelle tabelle in parola, vengono, quindi, riportate per ciascuna zona omogenea ovvero per gli ambiti e i distretti le superfici di vendita massima (SV) che si ritengono compatibili per ciascun settore merceologico, differenziate a seconda che

il Comune abbia più o meno di 10.000 abitanti.

L'elaborato costituito dalle citate tabelle costituisce un documento di "criteri o indirizzi" che contiene l'enunciazione di:

- a) indicazioni *vincolanti*, in quanto ritenute espressione di principi irrinunciabili di programmazione urbanistica nel campo commerciale, sia alla luce di principi desumibili dal decreto legislativo di riferimento, sia al fine di garantire un corretto equilibrio tra la programmazione commerciale e quella urbanistica, in ragione dei riflessi che l'una induce sull'altra in termini di compatibilità di destinazione d'uso, di viabilità e di densità della zona urbanistica;
- b) indicazioni di indirizzo *non vincolanti*, in quanto aventi valore di suggerimenti dettati dall'esperienza acquisita nell'esame degli strumenti urbanistici comunali, con corrispettiva facoltà del Comune di discostarsi motivatamente da esse, ove la peculiarità del proprio territorio e della disciplina urbanistica vigente o in corso di formazione porti all'adozione di soluzioni diverse.

La differenziazione tra indicazioni vincolanti e non vincolanti viene riportata in ciascuna delle tabelle, contenente i criteri di valutazione cui i Comuni dovranno attenersi, con i diversi gradi di coerenza ovvero di indirizzo, nella disciplina urbanistica che loro compete, con la conseguenza che in sede di variante ai vigenti SUG, ovvero in sede di formazione dei nuovi strumenti urbanistici, nel caso di indicazioni vincolanti, la scelta urbanistica non potrà non recepire l'indicazione del presente provvedimento, mentre laddove l'indicazione non sia qualificata come vincolante, il Comune potrà procedere alla adozione di scelte diverse, ovviamente motivando le ragioni di scostamento dall'indirizzo.

Al fine di una migliore comprensione dei criteri indicati e dei termini di indirizzo o di vincolo della relativa previsione la regione sottolinea quanto segue:

Criteri di cui alla tabella 1

Zone A – Mentre per il settore alimentare risulta vincolante la dimensione massima di superficie di vendita di 150 mq. ovvero di 250 mq. a seconda che il Comune abbia rispettivamente meno o più di 10.000 abitanti; per il settore non alimentare risulta vincolante la sola indicazione che vieta le grandi strutture di vendita; costituisce invece un indirizzo cui attenersi, con conseguente possibilità di scostamento da tali indicazioni, la limitazio-

ne della dimensione massima di 600 mq. di superficie di vendita nelle parti di zona A, che presentino effettivamente caratteristiche di nuclei storici di pregio ovvero con formazione compatta, mentre in altre zone, pure classificate A dal vigente strumento urbanistico generale, che non abbiano tali caratteristiche, potranno ammettersi superfici fino a 1000 mq. ovvero 1500, a seconda che il Comune abbia meno o più di 10.000 abitanti.

Zone B – Unico indirizzo vincolante è costituito dal divieto di superfici massime di vendita superiori a 1000 mq. ovvero a 1500 mq (a seconda delle dimensioni del Comune).

Zone C – Non sono previsti criteri vincolanti. Costituisce indirizzo l'esclusione in tali zone di grandi strutture di vendita non alimentari. Pertanto, in sede di pianificazione comunale, l'eventuale scelta di ammettere tali strutture in zone a prevalente funzione residenziale dovrà essere giustificata in relazione alle caratteristiche della zona stessa con particolare riguardo agli effetti indotti dalla funzione commerciale sotto il profilo dell'impatto trasportistico.

Pertanto tale scelta è ammissibile solo previa approvazione della variante di adeguamento dello strumento urbanistico generale sempreché la possibilità di inserire siffatte strutture commerciali non sia già consentita da piani territoriali provinciali o regionali.

Si deve comunque sottolineare che l'indicazione di ammissibilità nelle zone C di tutte le altre strutture di vendita non esclude che in sede di adeguamento dello strumento urbanistico ai presenti criteri, la civica amministrazione pervenga ad una disciplina urbanistica più articolata, anche individuando situazioni in cui l'insediamento di tali strutture sia inopportuno, soprattutto per le grandi superfici di vendita, in relazione alle specifiche problematiche viabilistiche e di impatto trasportistico che contraddistinguono le zone a prevalente destinazione residenziale.

Zone D – Non sono previsti criteri vincolanti per le zone produttive "D". Costituiscono invece indirizzi:

- l'esclusione in tali zone di esercizi di piccola dimensione, onde incentivare l'ubicazione di esercizi di vicinato all'interno dei nuclei urbani, ferma restando la possibilità di consentirli in relazione alle specificità delle situazioni locali e alle caratteristiche delle zone produttive;
- l'ammissibilità di grandi strutture di vendita deve essere valutata dai piani territoriali provincia-

li o regionali; peraltro, in assenza di tali strumenti si ritiene che tali strutture siano ammissibili solo se esplicitamente previste in sede di adeguamento dello strumento urbanistico vigente ai presenti criteri, sempreché in tale sede venga valutata la compatibilità delle strutture medesime sia in termini urbanistici, anche in relazione al rapporto con la funzione prevalente nella zona interessata, sia in termini commerciali in relazione ai bacini di utenza interessati. Pertanto tale scelta, nelle more di approvazione dei piani territoriali, è ammissibile solo previa approvazione della variante di adeguamento.

Zone E – Nelle tabelle non sono specificamente affrontate le zone agricole in quanto generalmente destinate ad usi diversi; tuttavia non si può escludere che in tali zone vengano ammesse strutture di vendita di vicinato da collocarsi evidentemente in ambiti insediati.

Criteri di cui alla tabella 2

Valgono i principi ed i chiarimenti indicati con riferimento alla tabella 1, per quanto concerne le indicazioni con carattere vincolante da quelli con carattere di indirizzo.

È peraltro da considerarsi che rispetto alla più facile ripartizione delle “zone omogenee” di cui al D.M. del 1968, la suddivisione del territorio in ambiti di riqualificazione e distretti di trasformazione può basarsi su presupposti e scale di lettura diversi, fra un piano urbanistico comunale e un altro, come nel caso in cui siano previste aree di “espansione edilizia” anche di peso significativo ma che non configurano vere e proprie trasformazioni dell’assetto, se non alla scala fondiaria. Tali previsioni infatti non necessariamente devono essere inserite in un “Distretto” piuttosto che in un “Ambito di Riqualificazione”, per cui le condizioni di compatibilità urbanistica che qui si trattano, in taluni casi devono essere più opportunamente rapportate alle specifiche situazioni e alle

funzioni che il PUC ha previsto nella fattispecie.

È altresì evidente che la diversa impostazione e formazione del PUC rispetto ai tradizionali strumenti urbanistici comunali dovrebbe più agevolmente condurre a verificare la compatibilità e la sostenibilità delle strutture di vendita, già in sede di formazione del piano.

Oltre ai criteri sopra descritti la variante deve darsi carico delle definizioni del rapporto convenzionale fra la Superficie di Vendita (SV) e il parametro superficiario indicato nello strumento urbanistico generale (SLA o SU o altro), in relazione alla specifica definizione che lo SUG medesimo fornisce. A tal fine è da chiarire come il valore di 0,83, sia da considerarsi *vincolante* solo laddove il Comune ometta di specificare un differente rapporto convenzionale. In questo caso il campo di variabilità indicato, fra 0,75 e 0,83 ha carattere di *indirizzo*.

Tabella 1 Comuni dotati di PRG

A ⁽¹⁾	Comuni fino a 10.000 abitanti	Comuni con più di 10.000 abitanti
	<i>Alimentari</i>	
	SV < 150 mq ammissibili	SV < 250 mq ammissibili
	> 150 mq non ammissibili (vincolante)	> 250 mq. non ammissibili (vincolante)
	<i>Non alimentari</i>	
	SV < 600 mq z. A storica/compatta	SV < 600 mq. z. A storica/compatta
	SV < 1000 mq altre A ammissibili	SV < 1500 mq. altre A ammissibili
	SV > 1000 mq non ammissibili (vincolante)	SV > 1500 mq non ammissibili (vincolante)
B	<i>Alimentari e non alimentari</i>	
	SV < 1000 mq ammissibili	SV < 1500 mq. ammissibili
	> 1000 mq non ammissibili (vincolante)	> 1500 mq non ammissibili (vincolante)
C	<i>Alimentari</i>	
	SV < 1500 mq MSV ammissibili	SV < 2500 mq. MSV ammissibili
	SV > 1500 mq GSV ammissibili compresi centri commerciali	SV > 2500 mq. GSV ammissibili compresi centri commerciali
	<i>Non alimentari</i>	
	SV < 1500 mq MSV ammissibili	SV < 2500 mq. MSV ammissibili
	SV > 1500 mq GSV non ammissibili (indirizzo)	SV > 2500 mq GSV non ammissibili (indirizzo)
D	<i>Alimentari</i>	
	SV < 600 mq non ammissibili (indirizzo)	SV < 600 mq. non ammissibili (indirizzo)
	600-1500 mq MSV ammissibili	600-2500 mq. MSV ammissibili
	SV > 1500 mq GSV esclusi centri commerciali (indirizzo)	SV > 2500 mq GSV ammissibili, esclusi centri commerciali (indirizzo)
	<i>Non alimentari</i>	
	SV < 150 mq non ammissibili (indirizzo)	SV < 250 mq. non ammissibili (indirizzo)
	150-1500 mq MSV ammissibili	250-2500 mq. MSV ammissibili
	SV > 1500 mq GSV ammissibili solo se previsti da PTC regionali o provinciali oppure se specificamente previsti in sede di adeguamento dello SUG ai presenti criteri, previa approvazione della relativa variante. (si veda criterio indicato con riferimento alle zone D)	> 2500 mq GSV ammissibili solo se previsti da PTC regionali o provinciali oppure se specificamente previsti in sede di adeguamento dello SUG ai presenti criteri, previa approvazione della relativa variante. (si veda criterio indicato con riferimento alle zone D)

Legenda

SV = superficie di vendita;
MSV = media struttura di vendita;
GSV = grande struttura di vendita

⁽¹⁾ Sono da intendersi assimilate alle zone A le aree soggette al regime Conservazione (CE) del PTCP, assetto insediativo, locale

Tabella 2 Comuni che stanno redigendo il Puc ex Lur 36/1997

	<i>Comuni fino a 10.000 abitanti</i>	<i>Comuni con più di 10.000 abitanti</i>
Tessuti storici interni ad Ambiti di conservazione e riqualificazione, tessuti di antica formazione, compatti o di pregio ambientale. Strutture urbane qualificate	<i>Alimentari</i>	
	SV<150 mq. ammissibili	SV<250 mq. ammissibili
	SV>150 mq. non ammissibili (vincolante)	SV>250 mq. non ammissibili (vincolante)
	<i>Non alimentari</i>	
	SV<600 mq. z. A storica/compatta	SV<600 mq. z. A storica/compatta
Ambiti di conservazione o di riqualificazione, tessuti non storici, Tessuti urbani	SV<1000 mq. altre zone A ammissibili	SV<1500 mq. altre zone A ammissibili
	SV>1000 mq. non ammissibili (vincolante)	SV>1500 mq. non ammissibili (vincolante)
	<i>Alimentari e non alimentari in genere</i>	
	SV<1000 mq. ammissibili	SV<1500 mq. ammissibili
	SV>1000 mq. non ammissibili (vincolante)	SV>1500 mq. non ammissibili (vincolante)
Distretti di trasformazione prevalentemente residenziali con funzione commerciale ammessa	<i>Alimentari</i>	
	SV<1500 mq. MSV ammissibili	<2500 mq. MSV ammissibili
	SV>1500 mq. GSV ammissibili	>2500 mq. GSV ammissibili
	compresi centri commerciali	compresi centri commerciali
	<i>Non alimentari</i>	
	<1500 mq. MSV ammissibili	<2500 mq. MSV ammissibili
	>1500 mq. GSV non ammissibili (indirizzo)	>2500 mq. GSV non ammissibili (indirizzo)
Distretti di trasformazione con funzione commerciale ammessa ma a carattere prevalentemente produttivo (residenza assente o presente come funzione accessoria)	<i>Alimentari</i>	
	SV <600 mq. non ammissibili (indirizzo)	SV<600 mq. non ammissibili (indirizzo)
	600-1500 mq. MSV ammissibili	600-2500 mq. MSV ammissibili
	>1500 mq. GSV ammissibili, esclusi centri commerciali (indirizzo)	>2500 mq GSV ammissibili, esclusi centri commerciali (indirizzo)
	<i>Non alimentari</i>	
	SV <150 mq. non ammissibili (indirizzo)	SV<250 mq. non ammissibili (indirizzo)
	150-1500 mq. ammissibili	250-2500 mq. ammissibili
	>1500 mq. GSV ammissibili solo se previsti da PTC regionali o provinciali oppure se specificamente previsti in sede di PUC	>2500 mq. GSV ammissibili solo se previsti da PTC regionali o provinciali oppure se specificamente previsti in sede di PUC

Inoltre la regione ha elencato le seguenti grandi strutture già prossime all'apertura, in particolare:

- nell'area metropolitana La Spezia- Val di Magra, verrà realizzato il centro commerciale di tipo B di La Spezia Levante (5.000 mq.);
- nell'area del Tigullio potrà essere realizzato il centro commerciale di tipo A di Carasco (7.673 mq.);
- nell'area metropolitana genovese è in fase di avvio il maggiore centro commerciale della regione (S. Biagio: 15.000 mq.), oltre ad essere stata recentemente avviata la maggiore struttura di vendita non alimentare della regione (Ikea 11.970 mq.), mentre potrà essere realizzato, qualora vengano reperite le aree, il centro commerciale di tipo B di Genova Levante (fino a 5.000 mq.);
- nel bacino Varazze- Arenzano risulta previsto un ulteriore centro commerciale di tipo C per il quale sono già state avviate le analisi di compatibilità urbanistico- territoriale.

La regione intende, poi, consentire, oltre le opere appena elencate, con nuove autorizzazioni, il completamento della rete delle grandi strutture di vendita con i seguenti interventi:

- Bacino Varazze- Arenzano: un centro commerciale con superficie totale di vendita non superiore a 3.500 mq. con un esercizio dominante nel settore alimentare non superiore a 2.500 mq.;
- Bacino Genovese- aree di Levante: un centro commerciale con superficie di vendita fra i 3.500 mq. ed i 5.000 mq., con un esercizio dominante non superiore a 3.000 mq.;
- Bacino La Spezia- Val di Magra: zona urbana di La Spezia Ponente, un centro commerciale con superficie non superiore a 3.500 mq. con un esercizio dominante nel settore alimentare non superiore a 2.500 mq.

È però da sottolineare che, con delibera regionale n.12/2001, modificativa della precedente n.29/99, non sono consentite, nel Bacino Genovese, aperture di grandi strutture di vendita alimentari, rientrando, dunque, nel divieto anche le opere appena sopra elencate.

Per quel che riguarda, invece, le grandi strutture di vendita non alimentari, specie in relazione alle tendenze al decentramento territoriale in atto, la regione reputa che un fattore fondamentale per regolare le loro localizzazioni, aumentandone al tempo stesso la funzionalità, l'attivazione di veri

e propri “distretti commerciali” dotati di aree attrezzate e di adeguate infrastrutture che ne garantiscano l'accessibilità.

In relazione al divenire della nuova disciplina urbanistica regionale, le province stanno elaborando i piani territoriali di coordinamento nel cui ambito saranno articolatamente previsti e strutturati i modelli di “distretti commerciali”.

L'apertura e l'ampliamento di grandi strutture di vendita non alimentari sono consentite, nel periodo di vigenza del piano, entro un limite complessivo di autorizzabilità del 6% della superficie esistente nell'intero settore non alimentare, determinata dalla Regione a livello di interi bacini commerciali con riferimento al 31.12.1998 e incrementata fino ad un massimo del 2% a decorrere dal primo giorno di vigenza del terzo anno di validità del piano. Tale incremento fa riferimento alla superficie esistente a livello dei bacini commerciali al 31 dicembre 2000. Va da sé che le suddette strutture devono rispettare, nella loro localizzazione, le compatibilità urbanistiche (secondo le tabelle più sopra riportate).

I limiti percentuali sopraindicati operano per una sola volta nell'ambito di vigenza del piano.

Sono ammessi i trasferimenti, le concentrazioni, gli accorpamenti di strutture di vendita autorizzate alimentari e non alimentari alle seguenti condizioni:

- 1) si svolgano all'interno dello stesso bacino commerciale;
- 2) vi sia il parere favorevole del Comune in cui si trasferisce la struttura;
- 3) siano rispettati i vincoli di natura urbanistico-commerciale;
- 4) siano rispettate le superfici di vendita autorizzate per i due settori merceologici- alimentari e non alimentari.

L'apertura di esercizi di vendita al dettaglio all'interno di complessi intermodali per il trasporto di passeggeri (escluse le stazioni ferroviarie), è consentita per la vendita di generi alimentari e non alimentari entro il limite di 1000 mq elevabili a 2000 mq esclusivamente a seguito di trasferimenti, concentrazioni e accorpamenti di strutture distributive presenti nell'ambito dello stesso Comune. In tali strutture la superficie di vendita di generi alimentari non può essere superiore a 600 mq.

L'apertura di esercizi di vendita al dettaglio all'interno del complesso intermodale per il trasporto di passeggeri ad attrattività sovraregiona-

le nel porto di Genova, è consentita per la vendita di generi alimentari e non alimentari entro il limite di 2500 mq elevabili a 5000 mq a seguito di trasferimenti, concentrazioni e accorpamenti di strutture distributive presenti nell'ambito dello stesso Comune. In tali strutture la superficie di vendita di generi alimentari non può essere superiore a 2500 mq.

In relazione al PUC, si fa riferimento alla già citata delibera del consiglio comunale di Genova n.148/2001, ed all'abaco in essa contenuto.



Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Dalla documentazione inviata, non risulta l'approvazione, da parte del comune di Genova, di programmi di tutela e/o valorizzazione del centro storico o di qualificazione urbana, né di PRC.

La regione comunque ha previsto che in attuazione dell'art. 10, comma 1, punto b) del D.Lgs. 114/98, sono attribuiti ai Comuni ampi poteri per regolamentare la localizzazione e l'apertura degli esercizi di vendita nei centri storici, nelle aree aventi valore storico, archeologico, artistico o ambientale ovvero adiacenti a manufatti edilizi aventi valore storico, archeologico o artistico.

Per potere esercitare tali speciali poteri, i Comuni devono dotarsi di un *Piano di Regolamentazione Commerciale* (PRC), in cui devono essere perimetrate le aree soggette alla speciale disciplina e, con riferimento ad esse, definita la speciale disciplina.

Inoltre, per un periodo non superiore a due anni dalla data di pubblicazione delle norme attuative regionali, i Comuni possono inibire gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato solo nei centri storico- commerciali alle seguenti condizioni:

- a. che le aree ad essi relative siano perimetrate;
- b. che i Comuni si dotino per tali aree di programmi di qualificazione della rete commerciale.

Tali programmi, che, a scelta dei Comuni, possono assumere la veste di un piano, di una semplice deliberazione consiliare di indirizzi o di altro idoneo provvedimento, possono essere articolati come:

- autonomo strumento di gestione del fenomeno distributivo nei centri storico- commerciali;
- componente di un intervento pluridisciplinare o progetto integrato o piano d'area nel quale più

problematiche del centro storico vengono contestualmente affrontate.

I suddetti programmi, previa ricognizione ed approfondimento delle problematiche della distribuzione commerciale nel centro storico e delle interrelazioni esistenti con le altre componenti territoriali, economiche e sociali, dettano specifici criteri di sviluppo, potenziamento o rivitalizzazione della distribuzione, avendo come obiettivo primario non la mera conservazione o tutela, bensì la realizzazione di infrastrutture e servizi adeguati alle esigenze dei consumatori.

Per realizzare queste finalità in tali programmi i Comuni possono differenziare le attività commerciali e la relativa disciplina giuridica con riferimento a specifiche classificazioni di carattere merceologico o di carattere qualitativo, previa consultazione con le rappresentanze di categoria degli operatori e dei consumatori, sempre che ciò contribuisca ad un ampliamento di opportunità di insediamento nel centro storico, e non costituisca una restrizione.

Essi possono inoltre:

- disporre il divieto di vendita di determinate merceologie, qualora queste costituiscano un grave ed evidente contrasto con la tutela di valori artistici, storici o ambientali;
- stabilire priorità o obblighi di contestualità di realizzazione di iniziative, tenendo anche conto dei programmi di attuazione dei “centri integrati di via”.

Urbanistica commerciale

❖ Come già ampiamente esposto, occorre fare riferimento alla delibera del consiglio comunale di Genova n.148/2001, per l'analisi delle decisioni assunte in materia.

La norma regionale detta in generale le seguenti indicazioni. L'autorizzazione per l'apertura, il trasferimento di sede o l'ampliamento della superficie di vendita di una struttura di vendita o di modifica del settore merceologico, è subordinata al rispetto degli standard, ossia di entrambe le relazioni riportate negli abachi illustrati al numero 4) lettera C).

Per quanto riguarda l'adeguamento degli strumenti urbanistici (varianti ed approvazioni) locali, si fa riferimento a quanto esposto sopra al numero 5) lettera D), così come per i contenuti dei nuovi strumenti programmatori comunali PUC e PRC.



Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

❖ Dalla documentazione inviata non si riscontrano misure particolari in materia adottate dal comune di Genova, né dalla regione. ●

Consistenze

GENOVA	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	183	301	649	181	301	643	-1,1%	0,0%	-0,9%
Non specializzati	58	86	165	54	81	149	-6,9%	-5,8%	-9,7%
Non specializzati prevalenza alimentare	654	1.203	2.694	685	1.242	2.800	4,7%	3,2%	3,9%
Non specializzati prevalenza non alimentare	32	51	128	33	61	129	3,1%	19,6%	0,8%
Frutta e verdura	675	790	1.168	667	786	1.181	-1,2%	-0,5%	1,1%
Carne e prodotti a base di carne	569	801	1.447	545	775	1.401	-4,2%	-3,2%	-3,2%
Pesci, crostacei, molluschi	189	245	398	192	245	402	1,6%	0,0%	1,0%
Pane, pasticceria, dolciumi	78	113	282	79	117	290	1,3%	3,5%	2,8%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	33	58	200	35	62	210	6,1%	6,9%	5,0%
Tabacco e altri generi di monopolio	298	446	832	308	458	848	3,4%	2,7%	1,9%
Altri esercizi specializzati alimentari	441	562	985	408	519	858	-7,5%	-7,7%	-12,9%
Farmacie	188	298	562	191	301	570	1,6%	1,0%	1,4%
Articoli medicali e ortopedici	38	49	95	39	52	101	2,6%	6,1%	6,3%
Cosmetici e articoli di profumeria	275	367	716	287	378	725	4,4%	3,0%	1,3%
Prodotti tessili e biancheria	132	186	412	127	183	405	-3,8%	-1,6%	-1,7%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	1.231	1.860	3.862	1.266	1.933	3.999	2,8%	3,9%	3,5%
Calzature e articoli in cuoio	290	438	904	305	462	926	5,2%	5,5%	2,4%
Mobili, casalinghi, illuminazione	389	613	1.269	408	649	1.313	4,9%	5,9%	3,5%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	261	389	745	275	404	782	5,4%	3,9%	5,0%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	290	460	954	294	469	979	1,4%	2,0%	2,6%
Libri, giornali, cartoleria	699	934	1.651	697	929	1.651	-0,3%	-0,5%	0,0%
Altri esercizi specializzati non alimentari	1.284	1.857	3.796	1.340	1.922	3.896	4,4%	3,5%	2,6%
Articoli di seconda mano	98	120	210	102	125	219	4,1%	4,2%	4,3%
TOTALE	8.385	12.227	24.124	8.518	12.454	24.477	1,6%	1,9%	1,5%

Aperture per merceologia										
GENOVA		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Alim. e non alim.	Esercizi	67	99	172	42	58	130	-37,3%	-41,4%	-24,4%
	Mq. vendita	5.351	7.803	15.384	2.934	4.149	8.944	-45,2%	-46,8%	-41,9%
Alimentare	Esercizi	304	382	566	192	245	457	-36,8%	-35,9%	-19,3%
	Mq. vendita	10.839	13.735	21.596	7.324	11.540	23.034	-32,4%	-16,0%	6,7%
Non alimentare	Esercizi	771	1.083	1.683	579	775	1.418	-24,9%	-28,4%	-15,7%
	Mq. vendita	39.337	57.969	93.900	31.424	40.900	82.800	-20,1%	-29,4%	-11,8%
Non rilevabile	Esercizi	5	7	7				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	19	24	34	13	15	20	-31,6%	-37,5%	-41,2%
	Mq. vendita	670	775	1.186	429	566	676	-36,0%	-27,0%	-43,0%
TOTALE	Esercizi	1.166	1.595	2.462	826	1.093	2.025	-29,2%	-31,5%	-17,7%
	Mq. vendita	56.197	80.282	132.066	42.111	57.155	115.454	-25,1%	-28,8%	-12,6%
Medio										
Alim. e non alim.	Esercizi	7	8	17	2	2	20	-71,4%	-75,0%	17,6%
	Mq. vendita	2.570	2.785	5.465	814	814	12.969	-68,3%	-70,8%	137,3%
Alimentare	Esercizi	1	-	1				-	-	-
	Mq. vendita	300	-	300				-	-	-
Non alimentare	Esercizi	2	3	10	7	9	23	250,0%	200,0%	130,0%
	Mq. vendita	751	1.024	5.054	3.314	4.134	11.823	341,3%	303,7%	133,9%
TOTALE	Esercizi	10	12	28	9	11	43	-10,0%	-8,3%	53,6%
	Mq. vendita	3.621	4.109	10.819	4.128	4.948	24.792	14,0%	20,4%	129,2%
Grande										
Alim. e non alim.	Esercizi				-	-	1	-	-	-
	Mq. vendita				-	-	2.560	-	-	-
Non alimentare	Esercizi	-	-	1	1	1	2	-	-	100,0%
	Mq. vendita	-	-	1.689	3.030	3.030	3.303	-	-	95,6%
TOTALE	Esercizi	-	-	1	1	1	3	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	1.689	3.030	3.030	5.863	-	-	247,1%
TOTALE										
Alim. e non alim.	Esercizi	74	107	189	44	60	151	-40,5%	-43,9%	-20,1%
	Mq. vendita	7.921	10.588	20.849	3.748	4.963	24.473	-52,7%	-53,1%	17,4%
Alimentare	Esercizi	305	383	567	192	245	457	-37,0%	-36,0%	-19,4%
	Mq. vendita	11.139	14.035	21.896	7.324	11.540	23.034	-34,2%	-17,8%	5,2%
Non alimentare	Esercizi	773	1.086	1.694	587	785	1.443	-24,1%	-27,7%	-14,8%
	Mq. vendita	40.088	58.993	100.643	37.768	48.064	97.926	-5,8%	-18,5%	-2,7%
Non rilevabile	Esercizi	5	7	7				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	19	24	34	13	15	20	-31,6%	-37,5%	-41,2%
	Mq. vendita	670	775	1.186	429	566	676	-36,0%	-27,0%	-43,0%
TOTALE	Esercizi	1.176	1.607	2.491	836	1.105	2.071	-28,9%	-31,2%	-16,9%
	Mq. vendita	59.818	84.391	144.574	49.269	65.133	146.109	-17,6%	-22,8%	1,1%

Aperture per tipologia

GENOVA		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE ¹⁾	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Nuovo esercizio	Esercizi	845	1.187	1.941	574	783	1.530	-32,1%	-34,0%	-21,2%
	Mq. vendita	42.174	61.312	107.356	31.874	44.092	93.394	-24,4%	-28,1%	-13,0%
Subingresso	Esercizi	321	408	521	252	310	495	-21,5%	-24,0%	-5,0%
	Mq. vendita	14.023	18.970	24.710	10.237	13.063	22.060	-27,0%	-31,1%	-10,7%
TOTALE	Esercizi	1.166	1.595	2.462	826	1.093	2.025	-29,2%	-31,5%	-17,7%
	Mq. vendita	56.197	80.282	132.066	42.111	57.155	115.454	-25,1%	-28,8%	-12,6%
Medio										
Nuovo esercizio	Esercizi	1	2	10	2	2	13	100,0%	0,0%	30,0%
	Mq. vendita	450	723	5.143	747	747	6.782	66,0%	3,3%	31,9%
Subingresso	Esercizi	9	10	18	7	9	30	-22,2%	-10,0%	66,7%
	Mq. vendita	3.171	3.386	5.676	3.381	4.201	18.010	6,6%	24,1%	217,3%
TOTALE	Esercizi	10	12	28	9	11	43	-10,0%	-8,3%	53,6%
	Mq. vendita	3.621	4.109	10.819	4.128	4.948	24.792	14,0%	20,4%	129,2%
Grande										
Subingresso	Esercizi	-	-	1	1	1	3	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	1.689	3.030	3.030	5.863	-	-	247,1%
TOTALE	Esercizi	-	-	1	1	1	3	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	1.689	3.030	3.030	5.863	-	-	247,1%
TOTALE										
Nuovo esercizio	Esercizi	846	1.189	1.951	576	785	1.543	-31,9%	-34,0%	-20,9%
	Mq. vendita	42.624	62.035	112.499	32.621	44.839	100.176	-23,5%	-27,7%	-11,0%
Subingresso	Esercizi	330	418	540	260	320	528	-21,2%	-23,4%	-2,2%
	Mq. vendita	17.194	22.356	32.075	16.648	20.294	45.933	-3,2%	-9,2%	43,2%
TOTALE	Esercizi	1.176	1.607	2.491	836	1.105	2.071	-28,9%	-31,2%	-16,9%
	Mq. vendita	59.818	84.391	144.574	49.269	65.133	146.109	-17,6%	-22,8%	1,1%

Bologna

Comune di

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Nei comuni turistici e nelle città d'arte la definizione degli orari è lasciata unicamente alla libera determinazione degli operatori: l'elenco di questi comuni è contenuto nella delibera di Giunta (regionale) 154/01. Solo alcune zone del territorio di Bologna sono state considerate ad economia turistica.

Nel periodo che va dal primo gennaio al 31 dicembre 2002 il comune di Bologna con Ordinanza ha stabilito l'osservanza delle seguenti regole in materia di orari:

- chiusura totale obbligatoria degli esercizi nei giorni domenicali e festivi, nonché una mezza giornata di chiusura infrasettimanale a scelta dell'esercente;
- la mezza giornata di chiusura non è obbligatoria quando nella settimana vi sia un'altra giornata festiva;
- i limiti giornalieri di apertura e chiusura sono compresi tra le ore sette e le ore ventidue. In tali limiti l'esercente può determinare liberamente l'orario di apertura e chiusura non superando le tredici ore complessive;

- deroghe alle chiusure domenicali e festive nel numero di 8, di cui 4 fissate dal comune e le residue 4 scelte dagli operatori sia a livello di zone commerciali omogenee, sia a livello di strada, che di singoli operatori;

- i titolari degli esercizi possono sostituire il riposo domenicale del personale dipendente che abbia svolto prestazioni lavorative nei giorni festivi, sulla base dei contratti nazionali di lavoro, con riposo settimanale per turno di 24 ore consecutive.

Le regole suesposte non si applicano alla zona del territorio comunale individuato come città d'arte: centro storico.

B) Aperture notturne

- ❖ Non sono state richieste, né rilasciate, autorizzazioni ad esercizi commerciali per l'apertura notturna.

2

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

- ❖ La regione ha dettato alcune norme generali. Ferme restando le competenze dello Stato in materia di tutela dei beni di interesse artistico, storico o archeologico, i comuni possono emanare di-

sposizioni di salvaguardia (nell'ambito dei centri storici o di particolare pregio) riguardanti:

- a) l'esclusione della vendita di determinate merceologie;
- b) le modalità, prescrizioni e limitazioni del commercio su aree pubbliche, al fine della sua qualificazione;
- c) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine e gli elementi di arredo esterno, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti;
- d) specifiche deroghe, nel rispetto della legge, ai requisiti igienico- edilizi relativi alle attività commerciali e pubblici esercizi in essere, tendenti a consentirne la permanenza;
- e) specifici divieti di cambio d'uso;
- f) la vocazione merceologica determinatasi nel tempo nelle botteghe storiche.

I progetti di valorizzazione commerciale (cui in seguito si accennerà) adottabili dai comuni, prevedono la realizzazione di opere infrastrutturali e di arredo urbano o di rilevante riorganizzazione della logistica e possono inoltre prevedere:

- nell'ambito delle aree di cui alle lettere a), b) e c) del comma 3 dell'art. 6 del D.Lgs n. 114 del 1998, l'individuazione, con atto del Consiglio comunale, delle aree urbane in cui, nella fase di prima applicazione della riforma, può sospendere o inibire gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato, sulla base di specifiche valutazioni circa l'impatto dei nuovi esercizi sull'apparato distributivo e sul tessuto urbano in relazione agli obiettivi del progetto. Detta sospensione o inibizione può essere stabilita fino all'attuazione del progetto e comunque per una durata massima di due anni.

In mancanza di diversa disposizione statale, per fase di prima applicazione del D.Lgs n. 114 del 1998, si intendono quattro anni dalla sua pubblicazione.

I comuni, inoltre, non prevedono, di norma, la possibilità di insediamento di nuovi esercizi di vicinato:

- nelle aree produttive ecologicamente attrezzate ovvero nelle aree industriali di maggiore rilevanza e impatto ambientale;
- in fregio alla viabilità urbana principale di scorrimento come definita dallo strumento urbanistico generale o dal Piano urbano del traffico (PUT) ai sensi del codice della strada;
- nelle zone rurali, al di fuori dei nuclei abitati.

I comuni possono tuttavia definire nella disciplina urbanistica condizioni di ammissibilità di nuovi esercizi di vicinato anche nelle situazioni suddette.

Il Comune di Bologna, con deliberazione consiliare O.d.G. n. 157/2001, approvando il Regolamento dei Progetti di Valorizzazione commerciale, ha previsto la possibilità di insediamento di esercizi di vicinato all'interno degli ambiti di riqualificazione commerciale in cui sono inseriti i progetti di valorizzazione, per una durata corrispondente al periodo di attuazione del progetto stesso (comunque non superiore a due anni) ai sensi del comma 9, art. 8, L.R. 14/99.

3

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ Non sono stati adottati regolamenti comunali in materia. Occorre quindi fare riferimento ai principi generali stabiliti con D.Lgs. n.114/98.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ Con O.d.G. n. 93/2000, il comune di Bologna ha definito i criteri e le procedure per il rilascio di autorizzazioni per l'esercizio delle attività di medie strutture di vendita. Nella delibera si definiscono le tipologie di esercizi commerciali oggetto del provvedimento:

- **medio-piccole strutture di vendita:** con superficie di vendita superiore a 250 mq. fino a 1500 mq.;
- **medio-grandi strutture di vendita:** con superficie di vendita superiore a 1500 mq. e fino a 2500 mq.

Le strutture possono essere isolate; inserite all'interno di centri commerciali d'attrazione di livello inferiore o superiore; inserite all'interno di aree commerciali integrate di livello inferiore o superiore; inserite in centri commerciali di vicinato, solo nel caso di medio piccole; inserite nei complessi o gallerie commerciali di vicinato, solo nel caso di medio piccole. Si prevedono i criteri per autorizzazione all'apertura, ampliamento, trasferimento di sede e modifica dei settori merceologici (l'area deve essere urbanisticamente idonea per quella tipologia di struttura o rientrare in un progetto di valorizzazione; devono essere rispettati vincoli e requisiti di carattere urbanistico ed in materia di viabilità e traffico; i locali devono essere idonei sotto il profilo igienico sanitario e della sicurezza) ed il termine di conclusione dei procedi-

menti è fissato in 90 giorni. Nella delibera si effettua altresì una prima individuazione degli ambiti territoriali in cui promuovere la valorizzazione commerciale, individuando tutto il Centro Storico come area urbana da sottoporre a specifici progetti di valorizzazione commerciale.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ Con deliberazione consiliare (O.d.G. n. 281/2000) il Comune ha approvato il Primo Programma di Attuazione degli interventi relativi alle grandi strutture di vendita, con durata triennale, che contiene anche l'indicazione delle procedure amministrative per il rilascio di autorizzazioni all'apertura, trasferimento ed ampliamento di grandi strutture di vendita.

La domanda di apertura di una grande struttura di vendita, secondo quanto, poi, disposto dai provvedimenti regionali, cui si richiama la delibera comunale, è inoltrata al Comune competente, unitamente agli allegati necessari alla sua valutazione individuati dalla Giunta regionale. La domanda è inviata in copia alla Provincia e alla Regione.

Il Comune, entro trenta giorni dal ricevimento della domanda, provvede a richiedere all'interessato l'integrazione della documentazione eventualmente mancante. I termini di cui al presente articolo sono interrotti fino al ricevimento, da parte del Comune, della documentazione richiesta.

Il Comune, entro trenta giorni dal ricevimento della documentazione completa, integra la documentazione allegata alla domanda, mediante la compilazione di apposita modulistica, predisposta dalla Giunta regionale, ed invia l'intera documentazione alla Provincia e alla Regione.

Nel termine di trenta giorni, decorrente dall'invio della documentazione, il Comune, previa intesa con la Regione e la Provincia, indice la Conferenza di servizi prevista all'art. 9 del D.Lgs n. 114 del 1998, fissandone lo svolgimento non prima di quindici e non oltre sessanta giorni.

Della data di indizione della Conferenza è data notizia al richiedente, ai Comuni contermini e a quelli appartenenti alla medesima area sovracomunale configurabile come unico bacino di utenza, alle Organizzazioni dei consumatori, e alle Organizzazioni provinciali delle imprese del commercio e alle Organizzazioni sindacali, affinché possano esercitare le facoltà di cui al comma 4 dell'art. 9, del D.Lgs n. 114 del 1998.

Qualora nel bacino di utenza ricada anche una

parte del territorio di regione confinante, la Conferenza dei servizi richiede il parere non vincolante della Regione stessa. Trascorsi sessanta giorni dalla richiesta si prescinde da detto parere.

Le domande relativamente alle quali non è comunicato provvedimento di diniego decorsi centoventi giorni dalla data di convocazione della conferenza di servizi, sono da ritenersi accolte.

D) Apertura centro commerciale

❖ Per quanto riguarda le norme sulle procedure autorizzative, i centri commerciali sono equiparati a singoli esercizi aventi una superficie di vendita pari alla loro superficie di vendita complessiva; analoga equiparazione è stabilita per quanto riguarda gli indirizzi, direttive e requisiti urbanistici, salvo diverse specifiche disposizioni contenute nei punti successivi.

Non costituisce centro commerciale un'aggregazione di esercizi di vendita nell'ambito di una o più unità edilizie destinate anche ad altre funzioni non commerciali, costituita da più esercizi di vicinato, eventualmente con la presenza anche di medio-piccole strutture di vendita, e da esercizi para-commerciali e ricreativi con accessi separati ancorché collocati in contenitori contigui e caratterizzati da attrattività unitaria per gli utenti

Per tali aggregazioni, definibili "complessi commerciali di vicinato" o "gallerie commerciali di vicinato" non si considera la superficie di vendita complessiva: sia le procedure autorizzative, sia gli indirizzi, direttive e requisiti urbanistici di cui ai punti successivi si applicano con riferimento ai singoli esercizi.

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ Qualora ai fini dell'apertura di una media o grande struttura di vendita sia necessario il rilascio di apposita concessione edilizia, l'interessato deve farne richiesta contestualmente alla domanda per l'apertura dell'esercizio. L'emanazione del provvedimento di concessione edilizia è successivo o, ove possibile, contestuale al rilascio dell'autorizzazione di apertura.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

❖ Con deliberazione consiliare O.d.G. n. 281/2000 "Primo Programma di Attuazione degli interventi relativi alle grandi strutture di vendita" si stabiliscono i requisiti secondo i quali viene valutata la richiesta di autorizzazione per l'attivazione

di un nuovo settore o ampliamento di un settore esistente. L'autorizzazione all'inserimento o all'ampliamento del settore alimentare all'interno di un esercizio è sempre concessa fino al limite del 3% della superficie di vendita complessiva. L'inserimento o l'ampliamento oltre tali limiti può avvenire solo se esiste:

- la compatibilità urbanistica con la destinazione dell'area in cui l'esercizio è insediato;
- la maggiore dotazione di standard urbanistici;
- non si configuri il passaggio a esercizi di livello superiore.

L'autorizzazione all'inserimento o all'ampliamento del settore non alimentare all'interno di un esercizio è sempre concessa nel rispetto della compatibilità urbanistica con la destinazione dell'area in cui l'esercizio è insediato.

Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazione territoriale

❖ Per medie strutture di vendita la regione intende gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti.

Inoltre, le medie strutture vengono ulteriormente suddivise in:

- a) medio-piccole strutture:** gli esercizi e i centri commerciali così come definiti nel D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 aventi superficie di vendita superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 800 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
- b) medio-grandi:** gli esercizi e i centri commerciali aventi superficie di vendita superiore a 800 mq. fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti, e gli esercizi e centri commerciali aventi superficie di vendita superiore a 1.500 mq. fino a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti.

Al numero 3) lettera B), è stata riportata la classificazione fatta dal comune di Bologna attraverso la delibera consiliare ivi citata.

Al fine di realizzare la pianificazione territoriale urbanistica degli insediamenti delle attività

commerciali, come stabilito dagli art. 5 e 6 della L.r. 14/99, nonché di procedere alle valutazioni previste dall'art. 7 della medesima, le province e i comuni tengono conto delle caratteristiche dei diversi ambiti territoriali come definiti dalla normativa regionale di pianificazione territoriale ed urbanistica e dagli strumenti urbanistici comunali con riferimento alle tendenze evolutive socio-economiche, insediative e dell'assetto strutturale della rete distributiva.

In particolare i Piani territoriali di coordinamento provinciale (PTCP) – e, in fase di prima attuazione, la Conferenza dei servizi di cui all'art. 7 della L.r. 14/99 – provvedono all'individuazione delle aree metropolitane omogenee, e delle aree sovracomunali di cui alle lettere a) e b) del comma 3 dell'art. 6 del D.Lgs. 114/98 e delle aree montane, rurali e di minore consistenza demografica di cui all'art. 9 della L.r. 14/99.

Le province o la Conferenza dei servizi, in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.r. 14/99, per l'individuazione degli ambiti territoriali sovracomunali rilevanti ai fini della programmazione commerciale, tengono conto in primo luogo dell'assetto e della gerarchizzazione del sistema insediativo e delle aree sovracomunali di gravitazione determinate dall'assetto delle reti dei servizi e delle reti infrastrutturali; a questo riguardo costituisce riferimento la definizione delle "città regionali" e dei "centri ordinatori" come definiti dal piano territoriale regionale e dai piani territoriali di coordinamento provinciale vigenti.

In secondo luogo tengono conto di eventuali specifiche connotazioni delle gravitazioni commerciali evidenziate da analisi sulla mobilità e sulle abitudini di acquisto.

Le province, con i PTCP o la Conferenza dei servizi in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.r. 14/99, articolano le proprie previsioni individuando di norma:

- a) gli eventuali ambiti territoriali idonei alla collocazione delle aree che costituiscono parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale, ovvero i poli funzionali programmati in relazione alla capacità di sopportare forte attrazione di mobilità, idonei alla localizzazione di centri commerciali di livello superiore, e di aree commerciali integrate di livello superiore;
- b) le aree sovracomunali configurabili come bacino di utenza per gli insediamenti commerciali e per le eventuali restanti grandi strutture di ven-

dita, centri commerciali e aree commerciali integrate, considerando l'intero territorio provinciale e individuando in prima approssimazione, un bacino di utenza per ciascuno dei centri urbani riconosciuti come "città regionali" o "centri ordinatori";

- c) eventuali sub- partizioni delle aree sovracomunali di cui alla lettera precedente, qualora in relazione alle caratteristiche orografiche e infrastrutturali del territorio, si configurino come specifici bacini di utenza per strutture di vendita di medio- grandi dimensioni che sono di più limitata attrazione sovracomunale.

B) Criteri qualitativi

- ❖ Non si riscontrano disposizioni particolari relative a criteri qualitativi necessari all'avvio di nuovi insediamenti commerciali.

C) Standard urbanistici

- ❖ In materia di aree da cedere ad uso pubblico per standard urbanistici, fino all'approvazione di una riforma della legge regionale sulla tutela e uso del territorio si applicano le norme della L.r. 47/78 e successive modificazioni e integrazioni, con le seguenti precisazioni:

- alle medie e grandi strutture commerciali, ancorché inserite in ambiti comprendenti altre funzioni, si applicano sempre le norme specifiche sugli standard relative agli insediamenti commerciali

Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione ed al consolidamento della rete preesistente, i comuni possono prevedere la "monetizzazione" parziale o totale delle dotazioni prescritte in materia di aree per parcheggi pubblici e verde pubblico, nel rispetto dei limiti e condizioni definite dalla legislazione regionale in materia, nei seguenti casi:

- a) nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane di cui all'art. 8 della L.r. 14/99 qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga prevalentemente a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri, e purché gli interventi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e all'ampliamento di edifici preesistenti.

Le dotazioni di cui al punto precedente sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;

- b) nel caso di interventi di ristrutturazione o di

ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata e purché non si superi con l'ampliamento il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;

- c) nel caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali di vicinato, purché nell'ambito dei centri storici e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti.

Le risorse finanziarie in tal modo acquisite dai comuni sono riservate al miglioramento dell'accessibilità con mezzi pubblici o piste ciclabili e al reperimento e alla realizzazione di parcheggi pubblici a verde pubblico nell'ambito del contesto urbano coinvolto dall'intervento.

I parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni, o porzioni di aree o di costruzioni, adibiti al parcheggio di veicoli, al servizio esclusivo di un determinato insediamento.

Nei parcheggi pertinenziali, le dimensioni lineari del singolo posto auto, al netto degli spazi di manovra, non devono essere inferiori a m. 2,5x4,8.

Ai fini del rispetto della Legge 24 marzo 1989, n. 122, la superficie convenzionale di un "posto auto", comprensiva dei relativi spazi di disimpegno, si considera pari a mq. 25.

I parcheggi pertinenziali di un esercizio commerciale o centro commerciale devono essere di uso comune, ossia destinati a tutti i clienti. Pertanto devono essere collocati e organizzati in modo da essere accessibili liberamente e gratuitamente dai clienti stessi; possono trovarsi all'interno di recinzioni, salvo norme contrarie della disciplina urbanistica comunale, ma in tal caso le chiusure degli accessi devono essere eventualmente operanti solamente nelle ore e nei giorni in cui l'attività di cui sono pertinenza è chiusa. I parcheggi pertinenziali sono generalmente localizzati nella stessa unità edilizia che contiene l'unità o le unità immobiliari di cui sono pertinenza; possono altresì essere localizzati anche in altra area o unità edilizia posta in un ragionevole raggio di accessibilità pedonale, purché permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale, e purché collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiede, attraversamenti segnalati) e privo di barriere architettoniche. I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area di-

stinta dai parcheggi pubblici e dalle aree a verde pubblico, senza sovrapposizioni.

Nel caso di strutture di vendita con più di cento dipendenti per turno di lavoro è opportuno che nell'ambito dei parcheggi pertinenziali sia individuata una porzione specifica destinata ai dipendenti della struttura.

Nel caso di strutture con parcheggi pertinenziali per una capienza complessiva di più di 100 posti-auto e dislocati in più gruppi di posti-auto con accessi differenziati, è prescritto l'impianto di segnalamento automatico che indirizzi gli utenti verso l'accesso più opportuno in relazione alla disponibilità di posti.

In ogni caso devono essere assicurate efficaci soluzioni di accesso, e adottati tutti gli accorgimenti necessari ad agevolare la fruizione dei parcheggi e l'accessibilità da questi ai punti di vendita, con particolare riferimento al superamento delle barriere architettoniche.

I parcheggi pertinenziali possono essere realizzati in superficie e alberati, oppure in soluzioni interrato o fuori terra, anche multipiano, secondo i limiti di edificazione stabiliti dal Prg. Nel caso di grandi parcheggi sono da preferire, nella disciplina urbanistica comunale, le soluzioni interrato e/o pluripiano che minimizzino l'estensione della superficie che viene impermeabilizzata.

Tali soluzioni sono da prescrivere in particolare nel caso di parcheggi pertinenziali di capienza superiore a 100 posti-auto in aree ad elevata permeabilità, quali i terrazzi fluviali e i conoidi dell'alta pianura.

Gli strumenti urbanistici comunali stabiliscono le dotazioni necessarie di parcheggi pertinenziali per la clientela, in relazione alle diverse tipologie di commercio e merceologie e in relazione alle diverse zone urbane, rispettando comunque i seguenti valori minimi:

- a) **medie e grandi strutture di vendita di prodotti alimentari:** per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 30 mq. di superficie di vendita o frazione; - per esercizi da 400 fino a 800 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 18 mq. di superficie di vendita o frazione; - per esercizi da 800 fino a 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 13 mq. di superficie di vendita o frazione; - per esercizi con oltre 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 8 mq. di superficie di vendita o frazione;
- b) **medie e grandi strutture di vendita di prodot-**

ti non alimentari: per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 40 mq. di superficie di vendita o frazione; - per esercizi da 400 mq. fino a 800 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 25 mq. di superficie di vendita o frazione; - per esercizi da 800 mq. fino a 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 20 mq. di superficie di vendita o frazione; - per esercizi con oltre 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 16 mq. di superficie di vendita o frazione.

Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione e al consolidamento della rete preesistente, i comuni possono richiedere dotazioni di parcheggi pertinenziali inferiori a quelle sopra elencate nei soli seguenti casi:

- a) nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane di cui all'art. 8 della L.r. 14/99 qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga in misura significativa a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri, e purché gli interventi siano limitati alla ristrutturazione edilizia e al cambio d'uso. Le dotazioni di cui in precedenza sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;
- b) nel caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata, e purché non si superi con l'ampliamento il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;

In aggiunta alle dotazioni prescritte di posti-auto, la strumentazione urbanistica comunale può prescrivere adeguate dotazioni di posti per motocicli e per biciclette, con particolare riferimento alle medie strutture di vendita.

Le medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari e le grandi strutture di vendita devono essere dotate di un'area pertinenziale riservata alle operazioni di carico e scarico merci e al parcheggio di veicoli merci, dimensionata secondo le esigenze attese.

Per le medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari tale area deve essere delimitata rispetto alle aree di parcheggio quanto meno con un'idonea segnaletica orizzontale e verticale.

Per la localizzazione di medie o grandi strutture di vendita devono essere assicurati requisiti di

localizzazione e di organizzazione degli accessi tali da offrire un'efficace accessibilità rispetto al bacino di utenza previsto e da minimizzare l'impatto della struttura sull'efficienza della rete stradale.

I requisiti di accessibilità sono così definiti:

- a) idoneità della collocazione rispetto alla gerarchia della rete viaria;
- b) efficacia della collocazione rispetto ai nodi di interscambio fra mobilità individuale e collettiva;
- c) efficienza dell'innesto fra viabilità pubblica e privata.

Per ciascun requisito sono descritti gradi diversi di prestazioni da assicurare in relazione alla tipologia e alla dimensione della struttura di vendita. Il raggiungimento di prestazioni più elevate di quelle minime richieste costituisce elemento di priorità fra domande concorrenti ai sensi dell'art. 12 della L.r. 14/99.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Per quanto riguarda la regolamentazione comunale si fa riferimento a quanto già accennato al numero 3) lettera B).

Secondo le disposizioni regionali, negli ambiti territoriali sovracomunali, nonché negli ambiti periurbani delle aree metropolitane, intese come sistemi urbani complessi sovracomunali, caratterizzati da fenomeni di diffusione urbana, considerati come componenti della città vasta e configurabili, con riferimento alle grandi strutture di commercio, come un unico bacino di utenza, l'obiettivo specifico consiste nella programmazione integrata della rete distributiva e nella razionalizzazione della presenza e delle possibilità di insediamento delle strutture di vendita medio- grandi e grandi, avendo come riferimento le abitudini di consumo della popolazione, l'equilibrio dell'assetto territoriale e la limitazione degli impatti socio- economici e ambientali.

Per conseguire tale obiettivo si reputa necessario porre in essere le seguenti azioni:

- a) favorire la concentrazione delle grandi e medie strutture in aree commerciali integrate collocate in prossimità dei nodi infrastrutturali che garantiscano la massima accessibilità;
- b) prevedere nuove aree per il commercio di vicinato e per medie e grandi strutture in connessione con le nuove previsioni insediative e con specifiche tendenze alla crescita demografica;
- c) escludere possibilità insediative per medie e grandi strutture di commercio poco vocate dal

punto di vista dell'accessibilità.

In tutti gli ambiti territoriali si persegue inoltre l'obiettivo del contenimento dell'uso urbano del territorio, privilegiando l'insediamento delle strutture di vendita in aree già utilizzate per funzioni urbane rispetto all'urbanizzazione di nuove aree.

Nel definire la disciplina urbanistica e i criteri per il rilascio di nuove autorizzazioni per medie strutture di vendita i comuni privilegiano l'obiettivo primario del rafforzamento del ruolo commerciale dei centri storici e delle aree di consolidata presenza di servizi commerciali.

I comuni articolano le norme relative alle medie strutture di vendita in relazione ai due settori merceologici ed alla specificazione di classi dimensionali.

I comuni individuano nell'ambito dello strumento urbanistico generale le zone o comparti nei quali si ritenga ammissibile ed idoneo l'insediamento di medie strutture di vendita, in coerenza con le altre scelte dello stesso allo strumento urbanistico, con le eventuali previsioni del Put ove vigente, con le indicazioni della zonizzazione acustica di cui alla Legge 447/95, con gli obiettivi dei Programmi di riqualificazione urbana ove approvati o previsti, osservando i seguenti criteri:

- a) al fine di evitare la diffusione di esercizi isolati e di localizzazioni incongrue, non sono insediabili di norma medie strutture di vendita, fatte salve quelle eventualmente preesistenti, nel territorio extraurbano;
- b) in relazione alla zonizzazione acustica, non sono insediabili medie strutture di vendita nelle zone classificate nelle classi I e II, mentre per le altre zone acustiche dovrà essere valutata la compatibilità, ponendo specifici limiti in relazione ai caratteri della classe stessa;
- c) le nuove medie strutture di vendita sono insediabili prioritariamente:
 - nell'ambito o in contiguità di aree di consolidata presenza di servizi commerciali, con funzione di rafforzamento dell'attrattività dell'area stessa, e in particolare nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.r. 14/99 specie qualora si tratti di strutture di vendita di prodotti alimentari;
 - lungo gli assi della viabilità urbana principale (di scorrimento e di quartiere), così come definita dallo strumento urbanistico generale o dal PUT;

- d) nell'individuazione delle possibilità di insediamento delle medio-grandi strutture di vendita, i comuni sono tenuti a considerare le eventuali influenze sovracomunali, con riferimento alle aree configurabili come unico bacino di utenza, definite dalle province, ed a valutare i possibili impatti dei nuovi insediamenti commerciali sull'ambiente, sulla mobilità e sulla rete dei servizi pubblici e privati preesistente; in particolare devono essere considerati gli effetti del traffico indotto sulla rete stradale in relazione al tipo di accessibilità previsto, alle caratteristiche geometriche delle sedi stradali e al loro stato di congestione;
- e) l'insediamento di medio-grandi strutture di vendita, anche qualora avvenga per cambio d'uso di edifici preesistenti, può essere consentito solo:
- in aree già assoggettate ad un piano urbanistico attuativo;
 - previa approvazione di un piano urbanistico attuativo, anche al fine di prevedere nella convenzione gli impegni relativi alle opere di mitigazione ambientale e/o di miglioramento dell'accessibilità ritenute necessarie;
 - oppure nel caso che sia previsto nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.r. 14/99.

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazione territoriale

❖ Per grandi strutture di vendita si intendono gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita.

Inoltre, le grandi strutture di vendita sono ulteriormente suddivise in quelle di livello superiore: le grandi strutture di vendita alimentari di almeno 4.500 mq. di superficie di vendita e le grandi strutture non alimentari di almeno 10.000 mq. di superficie di vendita.

Si definisce, poi, per centro commerciale una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente.

I centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.).

Nell'ambito dei centri commerciali si definiscono:

- centri commerciali di vicinato quelli nei quali gli esercizi, considerati singolarmente, rientrano nella dimensione degli esercizi di vicinato, salvo l'eventuale presenza di una medio- piccola struttura;
- centri commerciali d'attrazione gli altri, suddivisi in:
 - attrazione di livello superiore se comprensivi di grandi strutture alimentari di livello superiore, e comunque di medie e grandi strutture alimentari le cui superfici di vendita complessivamente superano i 4.500 mq. o di grandi strutture non alimentari di livello superiore, e comunque di medie o grandi strutture non alimentari le cui superfici di vendita superino complessivamente i 10.000 mq.;
 - attrazione di livello inferiore se comprensivi di medie strutture e/o di grandi strutture le cui superfici risultano complessivamente inferiori ai limiti di 4.500 mq. di superficie di vendita per le strutture alimentari e di 10.000 mq. per le strutture non alimentari e con superficie territoriale non superiore a 5 ettari.

Per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

Negli strumenti urbanistici e ai fini dei presenti indirizzi si definisce area commerciale integrata un'area di norma interessante almeno due ettari di superficie territoriale, specialmente dedicata al commercio, all'interno della quale esista o venga progettata una pluralità di edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari.

L'area commerciale integrata deve comprendere più strutture di medie e/o grandi dimensioni. Essa è configurabile come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti e dotata di servizi esterni comuni (quali parcheggi, percorsi pedonali, parchi gioco per ragazzi e simili), ma costituita da più unità edilizie autonome realizzate o da realizzarsi anche in tempi diversi. Dal punto di vista della collocazione urbanistica, dell'organizzazione insediativa, dell'accessibilità e degli effetti sul territorio queste zone sono da considerare unitariamente nell'ambito di un piano urbanistico attuativo; viceversa le procedure autorizzative nonché le dotazioni pertinenti saranno riferite agli interventi realizzativi delle singole unità edilizie.

Il livello dell'area commerciale integrata è definito dalla presenza o meno di singole grandi strutture di livello superiore, o dalla superficie territoriale totale.

Si definisce di livello superiore l'area commerciale integrata che comprende più strutture di cui almeno una grande struttura di livello superiore alimentare o non alimentare, e comunque qualora superi la superficie territoriale di 5 ettari.

Tali aree sono definite poli funzionali in quanto parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale e a forte attrattività e pertanto sottoposte alle procedure di programmazione e di intervento individuate nella normativa regionale in materia di pianificazione territoriale e di programmazione urbanistica.

In relazione alla classificazione territoriale si fa riferimento a quanto esposto sul punto nella sezione relativa alle medie strutture di vendita.

B) Criteri qualitativi

❖ Non si osservano disposizioni particolari in materia.

C) Standard urbanistici

❖ In parte si fa riferimento a quanto già esposto sul punto in materia di medie strutture di vendita.

Per quanto riguarda i centri commerciali: la dotazione richiesta è pari a quella che risulta considerando la somma delle superfici di vendita degli esercizi per la vendita di prodotti alimentari, separatamente, la somma delle superfici di vendita degli esercizi per la vendita di prodotti non alimentari, ed applicando a tali somme le dotazioni richieste.

Nel caso di centri commerciali, complessi commerciali di vicinato o aree commerciali integrate, alle dotazioni richieste di parcheggi pertinenti relativi alle attività commerciali si sommano le dotazioni relative alle altre eventuali funzioni presenti o previste (pubblici esercizi, attività terziarie, attività ricreative, ecc.) nella misura prescritta dallo strumento urbanistico generale.

Nel caso che le diverse attività previste utilizzino i parcheggi pertinenti in comune in fasce orarie diverse sono ammissibili corrispondenti riduzioni delle quantità prescritte.

Per le grandi strutture di vendita l'area di cui sopra deve essere delimitata con alberature e/o elementi artificiali eventualmente amovibili, e deve essere raccordata con l'innesto sulla viabilità pubblica con un percorso differenziato rispetto ai

percorsi dei veicoli dei clienti.

Per le grandi strutture di vendita è inoltre preferibile, ove possibile, realizzare due innesti separati, per le merci e per la clientela, su strade pubbliche diverse.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Con deliberazione consiliare (O.d.G. 89/2000) il comune di Bologna ha approvato il quadro di riferimento e di indirizzo per gli obiettivi di sviluppo e le politiche relative al commercio in sede fissa nei prossimi anni, formulando gli orientamenti riguardo all'evoluzione della rete delle strutture di vendita nelle diverse parti del territorio comunale ed individuando le aree destinate alla localizzazione di grandi e medie strutture di vendita.

Nel documento:

- si analizzano le criticità, inerenti aspetti territoriali, sociali ed economici, che connotano l'area bolognese intesa nella sua dimensione metropolitana;
- si espongono le finalità generali che si intendono perseguire attraverso politiche di qualificazione e sviluppo della distribuzione e di più complessiva riorganizzazione e riqualificazione urbana;
- si definiscono le strategie di intervento previste:
 - 1) politiche di miglioramento del servizio commerciale:
 - a) promuovendo l'ottimizzazione del servizio alimentare;
 - b) incentivando l'articolazione dell'offerta distributiva in relazione alle esigenze dei consumatori;
 - c) equilibrando l'offerta di servizio legata ai comportamenti di prossimità nei diversi ambiti del territorio comunale;
 - d) rafforzando le polarità esistenti e colmando le carenze rilevate.
 - 2) Politiche di riqualificazione integrata dell'offerta:
 - a) programmando l'utilizzo delle aree a specifica vocazione commerciale per la realizzazione di strutture attrattive;
 - b) prevedendone l'attuazione anche attraverso la riallocazione di attività commerciali esistenti di media, medio/piccola e piccola distribuzione;
 - c) individuando gli ambiti territoriali a forte valenza commerciale che dovranno essere oggetto di specifiche politiche;

d) individuando, in relazione alle criticità riscontrate nelle diverse aree a vocazione commerciale del territorio, gli standard di servizio e di qualità urbana, ed in relazione ad essi definire un complesso di azioni coordinate sia attraverso strumenti ordinari sia nell'ambito di specifici progetti di valorizzazione.

3) Politiche per il centro storico (finalizzate alla qualificazione dell'accessibilità, della sicurezza e dell'integrazione funzionale).

Sulla base, poi, della già citata (al numero 3) lettera C) deliberazione consiliare (O.d.G. n. 281/2000 - "Primo Programma di Attuazione degli interventi relativi alle grandi strutture di vendita"), con durata triennale, la relativa Conferenza di Pianificazione Territoriale si è conclusa con il mancato raggiungimento dell'accordo di pianificazione relativo agli interventi per grandi strutture di vendita.

La Provincia, infatti, si è espressa favorevolmente solo per gli interventi relativi alle grandi strutture di vendita: AREA EX RDB; AREA CAMAREE ANNESSE SUD; AREA VIA CORELLI; CENTRO STORICO (autorizzazione di grandi strutture, previa convocazione di apposita Conferenza dei Servizi - escluse quelle di livello superiore - nell'ambito di PVC approvati).

Mentre l'accordo non è stato raggiunto per: AREE CAM EX ASAM e per ampliamento di grandi strutture fuori dal centro storico.

La Conferenza di Pianificazione Territoriale si è successivamente espressa favorevolmente anche per l'AREA EX RIVA CALZONI.

Sulla base delle indicazioni regionali i comuni e le province, nell'adeguamento dei rispettivi strumenti di pianificazione ai sensi degli art. 5 e 6 della L.r. 14/99 si attengono ai seguenti criteri:

a) nel definire gli ambiti territoriali, da parte delle province, e le zone urbanistiche, da parte dei comuni, ove sia possibile insediare nuove grandi strutture di vendita devono essere valutati i possibili impatti dei nuovi insediamenti sull'ambiente, sulla mobilità e sulla rete dei servizi pubblici e privati preesistente; in particolare devono essere considerati gli effetti del traffico indotto sulla rete stradale in relazione al tipo di accessibilità previsto, alle caratteristiche geometriche delle sedi stradali e al loro stato di congestione, avendo riguardo al fatto che i progetti a corredo delle domande per grandi strutture dovranno contenere idonee simula-

zioni dei prevedibili flussi generati/attratti nelle ore di punta delle strutture commerciali, al fine di verificare la compatibilità degli stessi con le densità veicolari ordinarie sulla viabilità esistente e l'efficacia delle soluzioni preposte. Le specifiche indicazioni riferite ai parametri di valutazione saranno contenute nell'atto di cui all'art. 3, comma 2, lettera b), della L.r. 14/99;

b) l'insediamento di grandi strutture di vendita e di aree commerciali integrate, anche qualora avvenga per cambio d'uso di edifici preesistenti, può essere consentito solo:

- in aree già assoggettate ad un piano urbanistico attuativo che contempli specificamente tale insediamento;
- previa approvazione di un piano urbanistico attuativo preventivo, anche al fine di prevedere nella convenzione gli impegni relativi alle opere di mitigazione ambientale e/o miglioramento dell'accessibilità ritenute necessarie;

c) l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di livello superiore può essere previsto esclusivamente in poli funzionali, in ambiti configurabili come aree commerciali integrate;

d) per l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di prodotti alimentari o centri commerciali comprendenti grandi superfici alimentari, a parità di altre condizioni sono da preferirsi le localizzazioni nelle quali è più elevata la quantità di popolazione residente rispetto al bacino d'utenza e dotate di un'efficace accessibilità tale da minimizzare l'impatto sul sistema viario;

e) l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di prodotti non alimentari potrà essere previsto:

- in ambiti a destinazione specialistica, o comunque in aree specificamente destinate dai piani urbanistici ad ospitare più strutture commerciali, dotate di un sistema integrato di accessi e di parcheggi;
- in ambiti nei quali si siano formate nel tempo aggregazioni di grandi o medie strutture commerciali, anche non adeguatamente attrezzate ed integrate, e nei quali l'insediamento di ulteriori strutture possa consentire e assicurare la razionalizzazione e il miglioramento del sistema di accessi e dei parcheggi;
- in aree già insediate, nelle quali si verifichi la

dismissione delle precedenti funzioni, che possano essere validamente destinate a funzioni anche commerciali.

Le province, poi, definiscono attraverso il PTCP (piano territoriale commercio provinciale):

- indirizzi strategici per la localizzazione e il dimensionamento delle previsioni di grandi strutture di vendita, in rapporto a dichiarati criteri di sostenibilità e ad obiettivi di qualificazione urbanistica del territorio e dei livelli di servizio commerciale alla popolazione della provincia;
- programmazione dei nuovi poli funzionali di progetto;
- indirizzi ai comuni per la definizione dei livelli di capacità insediativa da prevedere in sede di PSC (piano strutturale comunale) (espressa in mq. di superficie territoriale destinata alla funzione del commercio in grandi strutture di vendita, alimentari e non, nelle varie forme tipologiche e aggregative), in rapporto alla popolazione presente.
- Tali livelli terranno conto di:
 - incremento della dotazione (modifica dei modelli di consumo);
 - valutazioni delle proiezioni demografiche;
 - complessità delle operazioni di trasformazione urbanistica previste;
 - evoluzione delle tipologie;
 - eccedenza di previsione urbanistica necessaria al corretto funzionamento del mercato (potenziale concorrenza delle ipotesi).

Le province articolano gli indirizzi e le scelte di pianificazione di cui sopra in base ad una valutazione della situazione e degli obiettivi di sviluppo entro gli ambiti territoriali sovracomunali definiti.

In sede di PTCP (e, nella prima fase, in sede di Conferenza dei servizi) vengono individuati tra quelli proposti dai comuni gli ambiti territoriali idonei per la localizzazione delle grandi strutture di livello inferiore e di livello superiore (questi ultimi entro i poli funzionali esistenti o di previsione).

Per quanto riguarda le grandi strutture di vendita, i comuni si attengono alle seguenti disposizioni:

- per le grandi strutture di livello superiore il PSC (piano strutturale comunale) recepisce gli ambiti dei poli funzionali definiti in sede di PTCP la cui attuazione è demandata ai POC (piano operativo commercio) secondo le modalità indicate dalla legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio.

In sede di PTCP le province definiscono, nell'ambito e nel rispetto delle modalità e degli indirizzi sopra indicati, valori di equilibrio dei parametri caratteristici dell'offerta commerciale a livello comunale e provinciale nelle diverse tipologie, rispetto ai rispettivi dimensionamenti delle capacità insediative sottoponendoli di norma ogni 3 anni e comunque entro 5 anni a verifica in base al monitoraggio della situazione, e a conseguente adeguamento; essi sono:

- range di variazione percentuale rispetto alla situazione attuale della consistenza delle classi dimensionali delle grandi strutture di vendita nell'alimentare e nel non alimentare (valori percentuali rispetto al totale della dotazione, ed eventualmente valori assoluti);
- range di variazione della dotazione di superfici di vendita per 1.000 abitanti (grandi strutture alimentari e non) da assumere come riferimento per l'adeguamento dei PSC e per l'attuazione attraverso i POC, per il dimensionamento della quota di capacità insediativa relativa alle grandi strutture.

In sede di PSC i comuni verificano la compatibilità delle previsioni in relazione al dimensionamento delle funzioni commerciali; in sede di POC i comuni individuano gli interventi da attuare e definiscono le relative possibilità edificatorie in misura conforme agli indirizzi provinciali.

Saranno quindi considerati con precedenza gli interventi relativi alle classi dimensionali e/o alle tipologie di servizi più lontani dall'intervallo considerato accettabile in sede di programmazione della capacità insediativa.

Nelle scelte di pianificazione territoriale e urbanistica le province e i comuni introducono strumenti per l'attuazione graduale delle previsioni dei Piani, mettendo in relazione agli obiettivi, i requisiti prestazionali e il livello di dotazioni esistenti e previste.

Nella fase a regime, attraverso i Piani operativi per il commercio inseriti nei PCTP e nel POC:

- le province programmano i poli funzionali;
- il comune utilizza il POC come strumento operativo di attuazione della pianificazione, con verifica triennale, in cui inserire una quota delle previsioni insediative del Piano strutturale comunale, sulla base degli indirizzi contenuti nel PTCP e di una specifica valutazione dell'efficacia e della coerenza dell'attuazione delle previsioni rispetto al quadro strategico delle trasformazioni del territorio contenuto nel Piano strutturale stesso.

Nell'ambito delle potenzialità insediative definite dal PSC (e in fase transitoria dal PRG adeguato in sede di Conferenza dei servizi) il dimensionamento del programma attuativo in sede di POC tiene conto dei seguenti obiettivi:

- funzionalità e collocazione del progetto in strategie e interventi urbano-territoriali di riqualificazione (ex L.r. 19/98) o di valorizzazione commerciale (ex L.r. 14/99);
- interventi che riducono lo squilibrio territoriale esistente in aree con i problemi di evasione commerciale indotti da squilibri localizzativi dell'apparato distributivo;
- interventi che utilizzano aree già urbanizzate (dismesse, degradate, sottoutilizzate), o contenitori dismessi, da preferire a progetti che prevedono nuova urbanizzazione;
- interventi che valorizzano l'identità culturale del territorio, sia attraverso la valorizzazione di attività commerciali tradizionali peculiari della zona, sia attraverso la qualificazione architettonica e paesaggistica dell'intervento;
- progetti che prevedono ritorni occupazionali positivi, come nuova occupazione dipendente e come previsione di insediamento, nelle aree o centri commerciali anche di piccoli esercizi;
- nell'ambito degli obiettivi e delle priorità delle tipologie progettuali sopra indicate, si indica un'ulteriore priorità per gli interventi con minore impatto ambientale, con particolare attenzione al traffico indotto sulla rete infrastrutturale esistente contestualmente alla attuazione del progetto (non quella in previsione).

Per la definizione degli interventi relativi a grandi strutture commerciali da inserire nel POC i comuni possono procedere con l'individuazione diretta di ambiti di intervento, ovvero con le modalità di selezione di tali ambiti e di progetti di insediamento, indicate dalla legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio.

Il processo di pianificazione si fonda sulla verifica periodica da parte delle province e dei comuni dell'attuazione dei piani e dell'andamento delle autorizzazioni (natalità e mortalità degli esercizi, distribuzione delle sedi), verificando in particolare i seguenti fenomeni:

- la qualità del servizio commerciale entro un ambito urbano in rapporto alle caratteristiche della popolazione presente (vicinato, prossimità);
- gli esiti di progetti di valorizzazione commerciale;

- l'andamento del processo di riqualificazione urbana (eliminazione di situazioni di degrado funzionale e sociale);
- lo stato di efficienza della rete dell'accessibilità pubblica e privata e dei parcheggi;
- i cambiamenti nelle abitudini di acquisto;
- lo stato di equilibrio nella distribuzione tipologica e spaziale dell'offerta di servizi commerciali.

Le province ed i comuni realizzano tali valutazioni di efficacia, con cadenza almeno triennale ("Attuazione ed esiti del Piano operativo del commercio"), facendone discendere indicazioni per l'ulteriore fase di programmazione.

Per quel che riguarda la prima fase di attuazione, si definisce tale quella che arriva fino all'adeguamento dei piani provinciali e comunali.

I comuni in tale fase predispongono un primo programma di attuazione degli interventi relativi alle grandi strutture. Per la verifica e realizzazione di tale programma i comuni interessati chiedono alla provincia la convocazione di una Conferenza di pianificazione alla quale dovranno partecipare anche la regione e i comuni nell'ambito sovcomunale interessato, al fine di raggiungere un accordo di pianificazione vincolante per le future delibere in sede di Conferenza di servizi (ex art. 11, L.r. 14/99). In tale sede la regione verifica anche la realizzazione delle procedure e degli atti previsti dalla normativa vigente.

La regione interviene affinché:

- a) la Conferenza dei servizi (ex art. 7, L.r. 14/99) realizzi l'adeguamento dei Prg con l'indicazione delle aree idonee all'insediamento di grandi e medie strutture di vendita tra quelle già comprese per la funzione commerciale nei Prg vigenti o adottati; provveda alla ricognizione e indicazione dei poli funzionali esistenti, in raccordo con quanto stabilito all'art. A.15 della legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio, individuando come tali quelle aree aventi le caratteristiche stabilite nei criteri regionali con almeno 5ha di superficie territoriale e già individuate nei PTCP o nei Prg vigenti; demandando all'aggiornamento sopra indicato dei PTCP, con i "Piani per gli insediamenti commerciali" l'ulteriore eventuale programmazione di nuovi poli funzionali con le modalità indicate dalla legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio;
- b) i programmi di attuazione predisposti dai comuni e validati con gli accordi di pianificazione

sopra indicati siano realizzati, attuando gli obiettivi indicati. Per i piani operativi per gli insediamenti commerciali dei comuni vengono esaminate prioritariamente le domande per l'apertura di grandi strutture di vendita presentate alla regione prima del 24 aprile 1998 (art. 19, L.r. 14/99);

- c) su tali programmi sia realizzata la consultazione con le organizzazioni del commercio, sindacali e dei consumatori più rappresentative, come indicato dall'art. 9 del D.Lgs. 114/98 e dell'art. 11 della L.r. 14/99.

La priorità di attuazione, all'interno degli ambiti definiti idonei in sede di Conferenza dei servizi, verrà applicata, per ordine cronologico di presentazione delle domande, fino al momento in cui l'autorizzazione comporterebbe il superamento del valore massimo dell'intervallo di variazione della dotazione definito per l'intera provincia.

L'esame delle proposte viene effettuato in sede di Conferenza dei servizi Comune- Provincia- Regione nel rispetto dei criteri di graduazione, e sulla base dei criteri specifici di valutazione relativi alle scelte autorizzative.

La fase di prima attuazione ha durata triennale e comunque fino all'approvazione dei nuovi PTCP.

Indirizzi progettuali e requisiti per la valutazione delle proposte:

- progetti che aumentano il livello di servizio ai consumatori, sia quantitativo (riducendo le situazioni di maggiore distanza dai livelli di servizio auspicati a livello locale), che qualitativo, in quanto tipologie innovative non presenti o scarsamente presenti sul mercato locale;
- valutazione della coerenza della funzione che si intende svolgere nella proposta rispetto all'insieme dell'offerta commerciale. A questo proposito si possono definire quattro tipologie funzionali principali: convenienza legata alla prossimità, convenienza legata a grandi flussi di traffico (stazioni, aeroporti, e così via), attrazione, shopping. Integrazione nella valutazione delle proposte e nelle forme di autorizzazione delle attività para commerciali ed extra commerciali necessarie al corretto svolgimento delle funzioni della struttura integrata;
- progetti con maggior sinergie funzionali rispetto al contesto (interscambio tra grande struttura, parcheggi, pubblici esercizi e altri servizi delle zone urbane);
- progetti che utilizzano innovazioni nell'organiz-

zazione e nella struttura di vendita, ad esempio i cosiddetti "servizi d'acquisto", che riguardano il livello di accoglienza, la struttura degli assortimenti, le modalità di pagamento, gli orari di apertura, ecc.;

- progetti che presentano modalità di gestione dei servizi logistici (differenti dall'e-commerce) innovativi, riguardanti il trasporto, lo stoccaggio, il packaging dei prodotti e lo smaltimento degli imballaggi;
- preferenza ai progetti che favoriscono la concorrenza intra-type per incrementare l'offerta e la possibilità di scelta dei consumatori, evitando il rischio di posizioni oligopolistiche che danneggiano il consumatore.



Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ I Comuni, sulla base delle norme regionali, possono approvare progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane al fine di promuovere il rilancio e la qualificazione dell'assetto commerciale dei centri storici e delle aree di servizio consolidate.

Ai fini dell'elaborazione dei progetti, i Comuni individuano le aree urbane nelle quali sussistono problemi di tenuta della rete commerciale tradizionale e di valorizzazione dell'attività commerciale e urbana. Dette aree possono essere identificate anche con riferimento ai comparti commerciali omogenei.

Nell'elaborazione del progetto di valorizzazione il Comune esamina le politiche pubbliche riferite all'area, la progettualità privata e l'efficacia degli strumenti normativi e finanziari in atto, al fine del bilancio e qualificazione dell'area stessa e dell'insieme di attività economiche in essa presenti.

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

- a) l'attivazione o la modifica di servizi urbani;
- b) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività, o il potenziamento di quelle esistenti;
- c) la formazione di nuovi complessi commerciali di vicinato come definiti nelle specificazioni di tipologia;
- d) l'attuazione di azioni di promozione;
- e) l'individuazione di una struttura per la gestione coordinata degli interventi sul territorio.

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

Il Comune, sulla base del progetto, può:

- a) incentivare la qualificazione delle attività economiche esistenti o il loro addensamento;
- b) vietare i cambi di destinazione d'uso da attività commerciale, artigianale o pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione delle attività.

Il Comune può, inoltre:

- a) utilizzare la fiscalità locale;
- b) utilizzare la monetizzazione o ridefinizione dei requisiti urbanistici;
- c) facilitare, anche attraverso apposite disposizioni urbanistiche o regolamentari, l'utilizzazione commerciale dei locali degli edifici esistenti, anche dal punto di vista dei requisiti igienico-edilizi.

La Giunta comunale di Bologna ha approvato con deliberazione (Progr. n. 742/2000) il primo stralcio di progetti di valorizzazione commerciale ai sensi dell'art. 8 della L.r. 14/1999, che include 14 progetti (9 nel centro storico e 5 in periferia) di qualificazione a contributo pubblico, ed ha presentato per 8 di questi richiesta alla Regione Emilia Romagna per fruire dei contributi regionali (che prevede appunto la possibilità di approvare interventi di qualificazione e valorizzazione attraverso la promozione di iniziative fra enti locali e soggetti privati per favorire l'evoluzione e lo sviluppo della rete distributiva regionale).

Con deliberazione consiliare (O.d.G. n. 157/2001) è stato approvato il Regolamento per i progetti e le iniziative di valorizzazione commerciale, che, opportunamente correlato con il Piano Regolatore Generale, individua e disciplina due modalità operative distinte:

- a) Progetti di valorizzazione commerciale - promossi dal Comune e connotati da interventi infrastrutturali importanti, quali la ristrutturazione di complessi edilizi per l'insediamento di attività commerciali, il rifacimento di vie o piazze, rilevanti modifiche al sistema della viabilità e dei parcheggi. Tali iniziative necessitano di una progettazione e realizzazione lunga ed articolata, anche se rivolta a porzioni di territorio non molto estese e possono essere coordinate con i programmi di riqualificazione urbana ex L.r. 19/98;
- b) Iniziative di riqualificazione commerciale - promosse dai privati e strumentali all'attuazione delle politiche di riqualificazione e valoriz-

zazione commerciale. Sono connotate dal basso impatto infrastrutturale e dalla modesta complessità, quali ad esempio azioni promozionali e di animazione, arredo urbano, interventi sui servizi urbani e sulla viabilità, ristrutturazioni ed ampliamenti. Per tali iniziative è essenziale garantire la flessibilità e tempestività degli interventi, la loro diffusione sul territorio e continuità nel tempo.

I Comuni individuano gli immobili, le aree o i complessi di immobili e classificano le botteghe storiche per i quali, in relazione al particolare e specifico pregio storico, archeologico, artistico o ambientale, sono previste disposizioni regolamentari o urbanistiche di salvaguardia in relazione all'esercizio di attività commerciali, anche al fine di rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali in ordine alla viabilità e alla mobilità dei consumatori e dell'arredo urbano. L'individuazione riguarda le zone A di cui all'art. 14 della L.r. n. 47 del 1978 o porzioni di esse, oppure singoli immobili, anche esterni alle zone A, individuati in relazione agli specifici valori del contesto.

Ferme restando le competenze dello Stato in materia di tutela dei beni di interesse artistico, storico o archeologico, le disposizioni di salvaguardia possono riguardare:

- a) l'esclusione della vendita di determinate merceologie;
- b) le modalità, prescrizioni e limitazioni del commercio su aree pubbliche, al fine della sua qualificazione;
- c) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine e gli elementi di arredo esterno, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti;
- d) specifiche deroghe, nel rispetto della legge, ai requisiti igienico-edilizi relativi alle attività commerciali e pubblici esercizi in essere, tendenti a consentirne la permanenza;
- e) specifici divieti di cambio d'uso;
- f) la vocazione merceologica determinatasi nel tempo nelle botteghe storiche.

Nel nuovo mandato amministrativo (6 settembre 1999) il Consiglio comunale ha approvato un primo stralcio del censimento delle botteghe storiche, istituito l'Albo delle Botteghe Storiche, confermato le disposizioni di salvaguardia precedentemente adottate dando prosecuzione al censimento di cui sopra.

Il tema è assai delicato perché tale tutela non deve limitare la proprietà privata svuotandola dei suoi contenuti tipici e legali garantiti dalla Costituzione e le deliberazioni sono state oggetto di alcune aggressioni in sede giurisdizionale da parte dei proprietari degli immobili.

Si è quindi attribuito valore formale al Comitato di Coordinamento per la tutela delle Botteghe Storiche istituito con delibera della Giunta ed avente ruolo di consulenza tecnica specializzata per l'accesso al regime di tutela.

In data 20 novembre 2000 il Consiglio comunale ha adottato un provvedimento contenente le disposizioni di salvaguardia a tutela del centro storico e della periferia per la classificazione di "bottega storica" e la nuova istituzione dell'Albo delle Botteghe Storiche che comporterà l'apposizione di un vincolo, della durata di 5 anni, di carattere merceologico o di pregio.

Sono stati quindi elaborati due nuovi criteri che definiscono la bottega storica e, precisamente:

- esercizio commerciale/artigianale/pubblico esercizio che, oltre a rispondere ai criteri oggettivi dell'anzianità commerciale di almeno cinquant'anni continuativi nello stesso luogo e con la stessa merceologia, presenta almeno un elemento di pregio (ad es. architetture d'autore, caratteristiche delle vetrine, dell'insegna ecc., arredi e suppellettili particolari, tradizione familiare, esercizio con attività commerciale storica o tradizione cittadino ecc.);
- esercizio commerciale/artigianale/pubblico esercizio che, in assenza di uno o più requisiti di cui al punto precedente presenta almeno uno degli elementi di pregio sopra elencati a titolo esemplificativo (anche il valore tradizionale e culturale che l'esercizio rappresenta è indicato come "elemento di pregio" e, conseguentemente, soggetto a tutela).

Il riconoscimento di una bottega storica avviene con l'iscrizione dell'esercizio nell'Albo delle Botteghe Storiche, su domanda degli interessati o d'ufficio sulla base del censimento compiuto dall'Amministrazione comunale al termine di un'istruttoria che verifica la presenza dei requisiti prescritti sulla base della documentazione acquisita e sentito il Comitato di Coordinamento per la tutela delle Botteghe Storiche. Su domanda dei diretti interessati, in presenza di valide motivazioni comprovate, il vincolo di bottega storica può essere rivisto e definitivamente rimosso con la cancellazione dall'Albo entro 60 giorni dalla presentazione della medesima.

Nelle aree urbane centrali di consolidata presenza commerciale, l'obiettivo specifico consiste

nel consolidamento e qualificazione della capacità attrattiva della funzione aggregativa e sociale e della vivibilità dell'area.

Per conseguire tale obiettivo si reputa necessario porre in essere le seguenti azioni:

- a) incentivare processi di qualificazione di area volti a migliorare la vivibilità dei luoghi di aggregazione e l'efficacia dell'attività delle imprese;
- b) programmare lo sviluppo e la qualificazione del piccolo commercio di vicinato alimentare e non alimentare puntando a potenziarne l'integrazione e la concentrazione, favorendo la continuità della presenza di vetrine commerciali e di attività di servizio lungo i fronti delle strade commerciali, anche attraverso apposite normative urbanistiche di controllo dei cambi d'uso;
- c) potenziare la gamma dei servizi culturali, artigianali, di ritrovo, ristoro e svago, quali ulteriori componenti dell'attrattività dell'area;
- d) qualificare la presenza del commercio su aree pubbliche;
- e) prevedere l'inserimento di medie strutture, centri commerciali di vicinato e complessi commerciali di vicinato di norma nell'ambito di programmi di riqualificazione urbana o altri piani urbanistici attuativi o attraverso progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.r. 14/99, secondo modalità e in localizzazioni che siano sinergiche con la rete preesistente;
- f) favorire l'accessibilità dell'area con i mezzi pubblici e comunque secondo modalità compatibili con la struttura insediativa;
- g) nei centri storici e nelle aree urbane centrali può essere previsto di norma l'insediamento di centri commerciali di vicinato o di complessi commerciali di vicinato evitando l'insediamento di grandi strutture di vendita di livello superiore e centri commerciali d'attrazione.

I comuni individuano le aree urbane centrali considerando in esse le aree urbane caratterizzate da un'elevata e radicata compresenza di funzioni.

In esse vanno comprese, oltre al centro storico, le fasce urbane di "prima periferia", contraddistinte da assetti insediativi ad alta densità ma carenti di adeguate infrastrutture di supporto.



Urbanistica commerciale

- ❖ Al fine di realizzare la pianificazione territoriale urbanistica degli insediamenti delle attività commerciali, come stabilito dagli art. 5 e 6 della L.r. 14/99, nonché di procedere alle valutazioni previste

dall'art. 7 della medesima, le province e i comuni tengono conto delle caratteristiche dei diversi ambiti territoriali come definiti dalla normativa regionale di pianificazione territoriale ed urbanistica e dagli strumenti urbanistici comunali con riferimento alle tendenze evolutive socio-economiche, insediative e dell'assetto strutturale della rete distributiva.

In particolare i Piani territoriali di coordinamento provinciale (PTCP) – e, in fase di prima attuazione, la Conferenza dei servizi di cui all'art. 7 della L. 14/99 – provvedono all'individuazione delle aree metropolitane omogenee, e delle aree sovracomunali di cui alle lettere a) e b) del comma 3 dell'art. 6 del D.Lgs. 114/98 e delle aree montane, rurali e di minore consistenza demografica di cui all'art. 9 della L.r. 14/99.

Le province o la Conferenza dei servizi, in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.r. 14/99, per l'individuazione degli ambiti territoriali sovracomunali rilevanti ai fini della programmazione commerciale, tengono conto in primo luogo dell'assetto e della gerarchizzazione del sistema insediativo e delle aree sovracomunali di gravitazione determinate dall'assetto delle reti dei servizi e delle reti infrastrutturali; a questo riguardo costituisce riferimento la definizione delle “città regionali” e dei “centri ordinatori” come definiti dal piano territoriale regionale e dai piani territoriali di coordinamento provinciale vigenti. In secondo luogo tengono conto di eventuali specifiche connotazioni delle gravitazioni commerciali evidenziate da analisi sulla mobilità e sulle abitudini di acquisto.

Le province, con i PTCP o la Conferenza dei servizi, in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.r. 14/99, articolano le proprie previsioni individuando di norma:

- a) gli eventuali ambiti territoriali idonei alla collocazione delle aree che costituiscono parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale, ovvero i poli funzionali programmati in relazione alla capacità di sopportare forte attrazione di mobilità, idonei alla localizzazione di centri commerciali di livello superiore, come definiti al punto 1.7, e di aree commerciali integrate di livello superiore, come definite al punto 1.8;
- b) le aree sovracomunali configurabili come bacino di utenza per gli insediamenti commerciali e per le eventuali restanti grandi strutture di vendita, centri commerciali e aree commerciali integrate, considerando l'intero territorio provinciale e individuando in prima approssimazione, un bacino di utenza per ciascuno dei centri urbani ricono-

sciuti come “città regionali” o “centri ordinatori”;

- c) eventuali sub- partizioni delle aree sovracomunali di cui alla lettera precedente, qualora in relazione alle caratteristiche orografiche e infrastrutturali del territorio, si configurino come specifici bacini di utenza per strutture di vendita di medio- grandi dimensioni di cui al precedente punto 1.4 che sono di più limitata attrazione sovracomunale.

Le delibere della Conferenza dei servizi contenenti le suddette individuazioni sono inviate alla regione per conoscenza.

Il documento preliminare al PTCP è stato distribuito dalla Provincia di Bologna lo scorso dicembre a Comuni, Province confinanti, Regione, Enti ed associazioni economiche e sociali, ed individua un primo quadro di scelte strategiche per il miglioramento dell'accessibilità del territorio bolognese e per la mobilità ambientalmente sostenibile.

Il Settore Urbanistica del Comune di Bologna sta iniziando l'elaborazione del Piano Strutturale, che assume una cruciale valenza strategica, stabilendo le linee guida per orientare lo sviluppo urbanistico del Comune in modo tale da valorizzarne le risorse economiche, ambientali e sociali. Propedeutica alla stesura del piano è la redazione di un quadro conoscitivo della città da preparare mediante la produzione di cinque rapporti free standing sui seguenti temi: sistema economico e sociale, dimensione metropolitana, mobilità e logistica, bilancio urbanistico e rapporto preliminare su Valsat.



Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

- ❖ Non sono state adottate specifiche misure dal comune di Bologna in materia.

Le norme attuative regionali, pur evitando un approccio programmatico di tipo numerico-quantitativo, prevedono procedure di pianificazione e programmazione commerciale particolarmente elaborate, articolate attraverso una dislocazione verticale delle competenze tra regione, provincia e comune, e con l'indicazione di numerosi strumenti di piano gerarchizzati per funzione (disposizioni regionali, piani provinciali, POC, PSC, Piani di valorizzazione, Poli funzionali, Aree integrate, ecc.), che potrebbero portare ad un ampliamento della sfera di discrezionalità amministrativa ai fini del rilascio delle autorizzazioni all'apertura, in particolare, delle grandi strutture di vendita. ●

Consistenze									
BOLOGNA	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	128	382	1.936	123	379	1.912	-3,9%	-0,8%	-1,2%
Non specializzati	11	18	141	11	16	113	0,0%	-11,1%	-19,9%
Non specializzati prevalenza alimentare	305	850	4.661	321	882	4.731	5,2%	3,8%	1,5%
Non specializzati prevalenza non alimentare	17	39	205	8	28	203	-52,9%	-28,2%	-1,0%
Frutta e verdura	210	345	1.589	206	343	1.549	-1,9%	-0,6%	-2,5%
Carne e prodotti a base di carne	185	407	2.019	177	390	1.946	-4,3%	-4,2%	-3,6%
Pesci, crostacei, molluschi	12	27	321	13	29	319	8,3%	7,4%	-0,6%
Pane, pasticceria, dolciumi	123	191	874	117	185	857	-4,9%	-3,1%	-1,9%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	16	35	241	17	37	245	6,3%	5,7%	1,7%
Tabacco e altri generi di monopolio	203	405	2.216	190	393	2.270	-6,4%	-3,0%	2,4%
Altri esercizi specializzati alimentari	186	295	1.240	167	264	1.145	-10,2%	-10,5%	-7,7%
Farmacie	123	262	1.149	125	268	1.162	1,6%	2,3%	1,1%
Articoli medicali e ortopedici	41	73	336	41	74	346	0,0%	1,4%	3,0%
Cosmetici e articoli di profumeria	189	347	1.665	201	363	1.699	6,3%	4,6%	2,0%
Prodotti tessili e biancheria	155	274	1.269	148	257	1.239	-4,5%	-6,2%	-2,4%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	910	1.687	8.956	930	1.723	9.092	2,2%	2,1%	1,5%
Calzature e articoli in cuoio	211	380	1.988	216	385	1.995	2,4%	1,3%	0,4%
Mobili, casalinghi, illuminazione	283	564	2.652	275	550	2.656	-2,8%	-2,5%	0,2%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	141	285	1.395	155	306	1.442	9,9%	7,4%	3,4%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	136	389	2.026	139	404	2.094	2,2%	3,9%	3,4%
Libri, giornali, cartoleria	448	820	3.318	451	821	3.297	0,7%	0,1%	-0,6%
Altri esercizi specializzati non alimentari	934	1.712	8.044	949	1.735	8.038	1,6%	1,3%	-0,1%
Articoli di seconda mano	35	46	238	38	51	241	8,6%	10,9%	1,3%
TOTALE	5.002	9.833	48.479	5.018	9.883	48.591	0,3%	0,5%	0,2%

Aperture per merceologia

BOLOGNA		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Alim. e non alim.	Esercizi	6	22	248	4	19	204	-33,3%	-13,6%	-17,7%
	Mq. vendita	1.189	2.048	19.307	330	1.252	16.775	-72,2%	-38,9%	-13,1%
Alimentare	Esercizi	63	114	845	59	96	667	-6,3%	-15,8%	-21,1%
	Mq. vendita	3.148	5.722	33.145	4.367	7.299	30.375	38,7%	27,6%	-8,4%
Non alimentare	Esercizi	388	732	3.731	288	526	3.037	-25,8%	-28,1%	-18,6%
	Mq. vendita	22.021	43.473	221.271	20.705	36.519	218.551	-6,0%	-16,0%	-1,2%
Non rilevabile	Esercizi	-	-	4				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	11	32	135	1	18	95	-90,9%	-43,8%	-29,6%
	Mq. vendita	259	1.164	3.836	30	551	2.740	-88,4%	-52,7%	-28,6%
TOTALE	Esercizi	468	900	4.963	352	659	4.003	-24,8%	-26,8%	-19,3%
	Mq. vendita	26.617	52.407	277.559	25.432	45.621	268.441	-4,5%	-12,9%	-3,3%
Medio										
Alim. e non alim.	Esercizi	-	1	42	-	-	49	-	-	16,7%
	Mq. vendita	-	572	25.981	-	-	25.123	-	-	-3,3%
Alimentare	Esercizi	1	2	11	-	-	4	-	-	-63,6%
	Mq. vendita	600	825	4.766	-	-	2.007	-	-	-57,9%
Non alimentare	Esercizi	1	5	35	2	4	46	100,0%	-20,0%	31,4%
	Mq. vendita	461	4.129	28.359	2.472	2.882	38.937	436,2%	-30,2%	37,3%
TOTALE	Esercizi	2	8	88	2	4	99	0,0%	-50,0%	12,5%
	Mq. vendita	1.061	5.526	59.106	2.472	2.882	66.067	133,0%	-47,8%	11,8%
Grande										
Alim. e non alim.	Esercizi	-	-	1	-	-	3	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	8.500	-	-	8.291	-	-	-2,5%
TOTALE	Esercizi	-	-	1	-	-	3	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	8.500	-	-	8.291	-	-	-2,5%
TOTALE										
Alim. e non alim.	Esercizi	6	23	291	4	19	253	-33,3%	-17,4%	-13,1%
	Mq. vendita	1.189	2.620	53.788	330	1.252	41.898	-72,2%	-52,2%	-22,1%
Alimentare	Esercizi	64	116	856	59	96	671	-7,8%	-17,2%	-21,6%
	Mq. vendita	3.748	6.547	37.911	4.367	7.299	32.382	16,5%	11,5%	-14,6%
Non alimentare	Esercizi	389	737	3.766	290	530	3.086	-25,4%	-28,1%	-18,1%
	Mq. vendita	22.482	47.602	249.630	23.177	39.401	265.779	3,1%	-17,2%	6,5%
Non rilevabile	Esercizi	-	-	4				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	11	32	135	1	18	95	-90,9%	-43,8%	-29,6%
	Mq. vendita	259	1.164	3.836	30	551	2.740	-88,4%	-52,7%	-28,6%
TOTALE	Esercizi	470	908	5.052	354	663	4.105	-24,7%	-27,0%	-18,7%
	Mq. vendita	27.678	57.933	345.165	27.904	48.503	342.799	0,8%	-16,3%	-0,7%

Aperture per tipologia										
BOLOGNA		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Concentrazione	Esercizi				-	-	2	-	-	-
	Mq. vendita				-	-	449	-	-	-
Nuovo esercizio	Esercizi	257	508	3.416	172	347	2.750	-33,1%	-31,7%	-19,5%
	Mq. vendita	13.881	26.360	178.661	9.021	17.859	163.494	-35,0%	-32,2%	-8,5%
Subingresso	Esercizi	211	392	1.547	180	312	1.251	-14,7%	-20,4%	-19,1%
	Mq. vendita	12.736	26.047	98.898	16.411	27.762	104.498	28,9%	6,6%	5,7%
TOTALE	Esercizi	468	900	4.963	352	659	4.003	-24,8%	-26,8%	-19,3%
	Mq. vendita	26.617	52.407	277.559	25.432	45.621	268.441	-4,5%	-12,9%	-3,3%
Medio										
Nuovo esercizio	Esercizi	-	-	24	-	-	35	-	-	45,8%
	Mq. vendita	-	-	19.100	-	-	23.589	-	-	23,5%
Subingresso	Esercizi	2	8	64	2	4	64	0,0%	-50,0%	0,0%
	Mq. vendita	1.061	5.526	40.006	2.472	2.882	42.478	133,0%	-47,8%	6,2%
TOTALE	Esercizi	2	8	88	2	4	99	0,0%	-50,0%	12,5%
	Mq. vendita	1.061	5.526	59.106	2.472	2.882	66.067	133,0%	-47,8%	11,8%
Grande										
Nuovo esercizio	Esercizi				-	-	1	-	-	-
	Mq. vendita				-	-	4.500	-	-	-
Subingresso	Esercizi	-	-	1	-	-	2	-	-	100,0%
	Mq. vendita	-	-	8.500	-	-	3.791	-	-	-55,4%
TOTALE	Esercizi	-	-	1	-	-	3	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	8.500	-	-	8.291	-	-	-2,5%
TOTALE										
Concentrazione	Esercizi				-	-	2	-	-	-
	Mq. vendita				-	-	449	-	-	-
Nuovo esercizio	Esercizi	257	508	3.440	172	347	2.786	-33,1%	-31,7%	-19,0%
	Mq. vendita	13.881	26.360	197.761	9.021	17.859	191.583	-35,0%	-32,2%	-3,1%
Subingresso	Esercizi	213	400	1.612	182	316	1.317	-14,6%	-21,0%	-18,3%
	Mq. vendita	13.797	31.573	147.404	18.883	30.644	150.767	36,9%	-2,9%	2,3%
TOTALE	Esercizi	470	908	5.052	354	663	4.105	-24,7%	-27,0%	-18,7%
	Mq. vendita	27.678	57.933	345.165	27.904	48.503	342.799	0,8%	-16,3%	-0,7%

Progetti di valorizzazione commerciale

Nel marzo 2000 il Comune di Bologna, con deliberazione consiliare, ha formulato i propri orientamenti riguardo l'evoluzione della rete delle strutture di vendita. Successivamente, in attuazione della normativa nazionale e regionale con deliberazione consiliare ha approvato la prima individuazione degli ambiti territoriali, ai sensi dell'art. 8 della Legge Regionale n. 14/99, nei quali sussistono problemi di tenuta della rete commerciale e per i quali occorre promuovere il rilancio e la qualificazione dell'assetto commerciale del centro storico e delle aree periferiche di servizio consolidate. Nel luglio 2000 la Giunta comunale ha quindi approvato il primo stralcio di progetti di valorizzazione commerciale, ai sensi dell'art. 8 della L.r. n. 14/99, nel quale sono state rilevate le principali criticità e problematiche per quattordici aree cittadine e, ritenuto opportuno coordinare le proprie azioni e promuovere le iniziative di operatori e cittadini, singoli e associati, che abbiano come obiettivo la riqualificazione commerciale, l'Amministrazione comunale ha approvato il Regolamento dei Progetti di Valorizzazione, al fine di disciplinare le modalità attuative dei citati interventi di riqualificazione commerciale. Il Regolamento, opportunamente correlato con le norme di attuazione del Piano Regolatore Generale, è volto a definire le aree interne al centro storico ed esterne entro le quali sussistono problemi di tenuta della rete tradizionale e di valorizzazione dell'attività commerciale ed urbana. Entro tali aree il Comune elabora ed approva progetti di valorizzazione commerciale mediante la concertazione con i soggetti pubblici, i privati interessati (tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, inclusi gli esercenti attività di somministrazione

di alimenti e bevande di cui alla L. 287/91, gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valore storico e tradizionale), le associazioni del commercio, le organizzazioni dei consumatori e sindacali, sentiti i Quartieri interessati. Oltre agli interventi previsti dai commi 4, 5 e 6 dell'art. 8 della L.r. 14/99, il PRG prevede che, in particolare, i Progetti di valorizzazione commerciale nel centro storico possono disciplinare:

- le trasformazioni degli usi esistenti U20, U3/2, U3/3, U21, U23 verso altri usi terziari;
- l'insediamento di esercizi con Sv superiore a 250 mq., con esclusione delle grandi strutture di vendita alimentari con Sv superiore a 2500 mq. e dei grandi esercizi non alimentari con Sv superiore a 5000 mq
- la riduzione delle dotazioni di standard urbanistici prescritti (con del. Consiglio Regionale n. 1253/99) per le strutture da insediare.

Nelle aree individuate ed esterne al centro storico oltre agli interventi previsti dai commi 4, 5 e 6 dell'art. 8 della L.r. 14/99, i progetti di valorizzazione commerciale possono disciplinare:

- g) le trasformazioni degli usi esistenti U20, U3/2, U3/3, U21, U23 verso altri usi terziari;
- h) l'insediamento di esercizi con Sv superiore a 250 mq fino alla dimensione massima di 1.500 mq.
- i) la riduzione delle dotazioni di standard urbanistici prescritti (con del. Consiglio Regionale n. 1253/99) per le strutture da insediare.

Nei progetti di valorizzazione commerciale può essere prevista l'inibizione degli effetti delle comunicazioni di apertura degli esercizi di vicinato all'interno degli ambiti di riqualificazione commerciale in cui sono inseriti i

progetti stessi, per una durata corrispondente al periodo di attuazione del progetto (comunque non superiore a 2 anni), ai sensi del comma 9, art. 8 L.r. 14/99.

L'iter di approvazione dei Progetti si compone di due fasi

1ª FASE: il progetto preliminare, approvato dall'Amministrazione Comunale, viene illustrato alle Associazioni del commercio, alle Organizzazioni dei consumatori e sindacali, e agli altri soggetti interessati e viene resa disponibile la presa visione presso la Sede Comunale per un periodo di 60 gg. successivi alla sua approvazione. Entro tale periodo i soggetti interessati possono presentare, allo Sportello Unico per le Imprese, proposte di integrazione e modifica degli interventi previsti.

2ª FASE: nei 90 gg. successivi l'A.C. elabora la stesura definitiva del progetto, per l'approvazione.

Qualora i predetti progetti siano contenuti all'interno di un progetto di riqualificazione urbana si applicano le disposizioni in materia di procedimento previste dalla L.r. 19/98.

Varianti e aggiornamenti dei Progetti

L'Amministrazione comunale cura il monitoraggio dell'attuazione dei Progetti, al fine di verificare le trasformazioni indotte e valutare l'efficacia delle azioni intraprese.

Per adeguare il progetto, inserendovi interventi originariamente non previsti o modificandone alcune prescrizioni normative o contenuti convenzionali, il Comune può approvare una sua variante. Per tale procedura i tempi sono di 30 gg. per la pubblicazione e 45 per la stesura definitiva.

Il finanziamento dei Progetti può avvenire attraverso l'utilizzo delle seguenti fonti

1) **Parte pubblica:**

- contributi regionali ex L.r. 41/97;
- contributi derivanti dalla convenzione sottoscritta in attuazione del progetto;
- oneri derivanti dalla monetizzazione di standard per medie strutture di vendita autorizzate sulla base del regolamento dei p.v.c.;
- quota parte degli oneri derivanti dall'attivazione o dall'ampliamento sul territorio comunale di grandi strutture di vendita;

- contributi da parte di altri Enti pubblici

2) **Parte privata:**

- come stabilito dalla convenzione sottoscritta in attuazione del progetto.

Il Regolamento individua un'ulteriore modalità operativa di riqualificazione commerciale, costituita dalle **iniziative di riqualificazione commerciale** che, promosse dai privati (soggetti interessati, singoli o associati in qualsiasi forma - consorzi, associazioni, comitati) e strumentali all'attuazione delle politiche di riqualificazione e valorizzazione commerciale, ineriscono immobili o complessi di immobili senza limitazioni dimensionali.

Le iniziative sono connotate dal basso impatto infrastrutturale e dalla modesta complessità: ad es. azioni promozionali e di animazione, arredo urbano, interventi sui servizi urbani e sulla viabilità, ristrutturazioni ed ampliamenti. Per tali iniziative è essenziale garantire la flessibilità e la tempestività degli interventi, la loro diffusione sul territorio e continuità nel tempo.

Possono essere proposte nell'intero centro storico o nelle aree esterne al centro storico, individuate dall'Amministrazione comunale, e possono essere approvate anche in assenza di un progetto di valorizzazione commerciale.

Quest'ultimo, una volta approvato, potrà disciplinare nell'ambito della propria normativa, le stesse modalità di intervento, eliminando l'obbligo di presentazione dell'iniziativa. ●

Contenuti delle iniziative nel centro storico

Possono essere localizzate sull'intero territorio, anche se per l'accesso ad eventuali canali di finanziamento saranno privilegiati gli interventi da realizzare all'interno degli ambiti di riqualificazione commerciale già definiti dal PRG.

Possono prevedere:

l'ampliamento della superficie di vendita degli esercizi commerciali di vicinato U20 esistenti, o nuove autorizzazioni per medie strutture di vendita, fino a 600 mq. di Sv per il settore alimentare e fino ad 800 mq. per il settore non alimentare. (Tale potenziamento, che costituisce nuovo insediamento di strutture di vendita medio piccole (U3/2), è subordinato alla monetizzazione

totale degli standard P1 e V1 dovuti in tali casi. In questi casi non è richiesta alcuna dotazione P3 a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici esistenti).

Nonché:

- 1) accesso ai finanziamenti previsti dalla L.r. 41/97;
- 2) attivazione di modifiche nell'erogazione di servizi pubblici (autobus, rifiuti, ecc.);
- 3) esenzione o riduzione dei contributi comunali.

- 3) esenzione o riduzione dei contributi comunali.

Il Comune, sentito il quartiere interessato, valuta tali iniziative alla luce delle finalità complessive di riqualificazione delle aree e, a seguito della conclusione positiva dell'attività istruttoria, approva il progetto e sottoscrive con i soggetti attuatori dell'iniziativa una convenzione, nella quale saranno definiti gli impegni reciproci ed il decadere dei relativi contenuti al venir meno delle condizioni definite in convenzione.

Contenuti delle iniziative in periferia

Possono essere proposte solo nell'ambito delle aree individuate e possono prevedere:

l'ampliamento della superficie di vendita degli esercizi commerciali di vicinato U20 esistenti o nuove autorizzazioni per medie strutture di vendita fino a 600 mq di Sv per il settore alimentare e fino a 800 mq per il settore non alimentare.

(Il potenziamento descritto, che costituisce nuovo insediamento di strutture di vendita medio- piccole (U3/2), richiede in ogni caso il rispetto dei requisiti urbanistici di cui al punto 5 dei "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa", approvati dal Consiglio della Regione Emilia Romagna in data 23 settembre 1999 con Progr.

N. 1253, in merito agli standard urbanistici e alle dotazioni di parcheggi pertinenziali e di aree per carico e scarico merci.

Ai sensi dei punti 5.1.2 e 5.2.5 dei citati "Criteri" tale potenziamento può prevedere, in sede di convenzione, la riduzione degli standard e della dotazione di parcheggi pertinenziali prescritti per le strutture da insediare. Limitatamente al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e al recupero di edifici esistenti per gli standard P1 e V1 dovuti ai sensi dell'articolo 13 delle presenti norme è consentita la totale monetizzazione.)

Nonché:

- 1) accesso ai finanziamenti previsti dalla L.r. 41/97;
- 2) attivazione di modifiche nell'erogazione di servizi pubblici (autobus, rifiuti, ecc.);

Firenze

Comune di

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle aperture domenicali e festive

❖ La regione Toscana ha inserito, il comune di Firenze, nell'elenco dei "comuni ad economia prevalentemente turistica e città d'arte".

Il Comune di Firenze ha successivamente stabilito, per l'anno 2002:

- che nella fascia oraria compresa tra le ore 07.00 e le ore 22.00 l'esercente è libero di determinare il proprio orario di apertura e chiusura non superando, comunque, le tredici ore giornaliere;
- la facoltatività della mezza giornata di chiusura infrasettimanale;
- la chiusura completa nei giorni domenicali e festivi per tutti gli esercizi tranne quelli ubicati nelle zone in cui è previsto l'orario "turistico", ed eccetto che:
 - 1) nelle ultime domeniche di ogni mese;
 - 2) in dicembre (esclusi i gg. 25 e 26);
 - 3) in ulteriori 4 domeniche o festività da individuarsi, con successivi provvedimenti, di cui una è stata fissata ed attuata il giorno 6 gennaio 2002;
- gli esercizi compresi in una serie di zone indicate (coincidenti principalmente con il centro storico

del comune), sono ammessi ad osservare lo speciale "orario turistico" determinando liberamente gli orari di apertura e chiusura anche in deroga agli obblighi prescritti per le altre zone del territorio comunale (tranne che per i giorni: 15 agosto, primo maggio, 25 e 26 dicembre e primo gennaio, in cui è comunque obbligatoria la chiusura totale degli esercizi);

B) Aperture notturne

❖ A tutto l'anno 2001 il Comune di Firenze non ha adottato alcun provvedimento relativo all'attività di vendita in orario notturno.

2 Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ Con l'approvazione del regolamento comunale di polizia per la disciplina e l'esercizio del commercio è consentita, nell'ambito dell'approvazione di programmi per la tutela dei centri storici, per la rivitalizzazione della rete distributiva e per la tutela delle aree urbane interessate da fenomeni di vulnerabilità della rete degli esercizi di vicinato, la sospensione o l'inibizione per un certo periodo degli effetti delle comunicazioni di apertura di esercizi di vicinato.

Il comune di Firenze ha, in materia, previsto l'elaborazione di 11 Programmi Integrati di Rivalutazione (PIR), in attuazione dei principi della legge regionale n.28/99 e del regolamento regionale n.4/99 attuativo, secondo cui i comuni provvedono alla individuazione e regolamentazione delle attività commerciali nelle aree urbane nelle quali sussistano evidenti condizioni di vulnerabilità e nei centri storici, nell'ambito di programmi volti alla loro tutela e valorizzazione.

Nell'ambito di tali programmi il comune può prevedere disposizioni che rendano compatibile la localizzazione ed apertura anche di esercizi di vicinato con le caratteristiche dell'area, ivi comprese disposizioni in ordine alla vendita di prodotti oggettivamente incompatibili rispetto alla caratterizzazione dell'area ed alla sua funzione.

In tali aree il comune può, per un periodo non superiore a due anni sospendere o inibire l'efficacia della comunicazione di apertura per gli esercizi di vicinato sulla base di specifiche valutazioni circa l'impatto commerciale del nuovo esercizio in relazione alla densità delle tipologie merceologiche della rete degli esercizi di vicinato esistenti. Tale possibilità è condizionata alla previsione di interventi di qualificazione e razionalizzazione di infrastrutture e servizi adeguati alle esigenze dei consumatori e della domanda turistica.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ **Procedura generale** - L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita fino a 250mq., l'estensione o la variazione del settore merceologico sono soggetti a previa comunicazione al Comune da effettuare sugli appositi moduli e da indirizzare alla Direzione Sviluppo Economico.

La comunicazione redatta nelle forme prescritte e completa degli elementi richiesti, consente l'effettuazione dell'operazione e l'esercizio dell'attività di vendita nella stessa indicata, decorsi almeno trenta giorni dalla data del suo ricevimento.

La comunicazione di cui sopra deve essere effettuata utilizzando esclusivamente l'apposita modulistica (Mod. COM1).

La comunicazione effettuata su modulistica diversa o su carta semplice non è efficace ed idonea a produrre alcuno degli effetti giuridici previsti dal Decreto di riforma.

Per ogni operazione deve essere presentata

un'apposita e specifica comunicazione, salva la sola ipotesi del trasferimento di sede con contestuale variazione (ampliamento o riduzione) della superficie di vendita, caso in cui è sufficiente compilare la sola sez. C1.

La comunicazione deve essere presentata od invia in triplice copia con tutte le firme in originale (Comune, impresa e CCIAA) e deve essere compilata in maniera completa e chiara con:

- la specifica dell'operazione che si intende effettuare;
- l'indicazione di tutti i dati richiesti nel frontespizio e nelle sezioni corrispondenti all'operazione che interessa;
- le dichiarazioni prescritte dall'art. 7 comma 2 del decreto di riforma.

Nel quadro dell'autocertificazione la dichiarazione, relativa al locale da utilizzare, deve essere integrata da:

- gli estremi della certificazione che ne attestano l'agibilità;
- gli estremi dell'autorizzazione sanitaria.

La mancanza, incompletezza o non leggibilità anche di una delle dichiarazioni o di uno dei dati richiesti comporta l'inidoneità e l'inefficacia della comunicazione, con conseguente suo rigetto e divieto di esercitare l'attività indicata.

A seguito della presentazione della comunicazione gli uffici preposti del comune procedono alla verifica della sua regolarità e correttezza formale.

Nel caso in cui la comunicazione non sia regolare o corretta, essa è considerata, quindi, inidonea ed inefficace a realizzare gli scopi e gli effetti voluti dall'istante e, perciò, è rigettata attraverso una comunicazione dell'amministrazione nella quale si indicano le irregolarità e le incompletezze e, nel contempo, si fa divieto e diffida dall'esercitare l'attività.

Il Comune può comunque intervenire con un provvedimento di divieto di prosecuzione dell'attività e chiusura dell'esercizio in caso di mendacità e falsità delle dichiarazioni rese nella comunicazione, anche se accertata dopo il decorso di 30 giorni dalla sua presentazione.

B) Apertura medie strutture di vendita:

❖ **Procedura generale** - L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie fino a 2.500mq., l'estensione o il cambiamento del settore merceologico di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione comunale.

Il termine di conclusione del procedimento inerente la richiesta di autorizzazione dalla data di presentazione dell'istanza, purché regolare e completa degli elementi richiesti, è di 90 giorni.

Qualora il comune non si pronunciasse adottando espresso provvedimento sulla domanda entro il termine stabilito, la domanda si intende accolta conformemente e limitatamente agli elaborati prodotti ad alle dichiarazioni rese.

La domanda deve essere presentata contestualmente a:

- domanda di concessione od autorizzazione edilizia;
- denuncia di inizio attività o altro atto che legittimi l'esecuzione dei lavori e delle opere edilizie indispensabili per l'esercizio dell'attività commerciale.

La cessazione dell'attività, il trasferimento della gestione e della proprietà per Atto tra vivi o per causa di morte, la riduzione della superficie di vendita e/o del settore merceologico sono soggetti alla sola preventiva comunicazione al comune.

La domanda e/o la comunicazione di cui sopra devono essere effettuate utilizzando l'apposita modulistica approvata (Mod. COM 2 per le domande; Mod. COM 3 per la comunicazione).

La domanda deve essere presentata o inviata in duplice copia con tutte le firme in originale, una per il comune ed una per l'impresa al fine, in caso di esito positivo con apposizione degli estremi dell'autorizzazione, della sua presentazione al Registro delle Imprese della CCIAA.

La comunicazione deve essere presentata o inviata in triplice copia, comune, impresa e CCIAA.

Alla domanda deve inoltre essere allegata:

- copia foglio mappa catastale;
- planimetria debitamente quotata, in scala adeguata dell'esercizio esistente o progetto dell'edificio da realizzare;
- planimetria in scala adeguata indicante gli spazi destinati a parcheggi;
- relazione asseverata da tecnico abilitato attestante la conformità del proposto insediamento o intervento agli strumenti urbanistici ed alla relativa normativa, richiamata dal presente regolamento;
- relazione circa l'infrastrutturazione viaria;
- relazione circa le conseguenze occupazionali, il rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro, il rispetto degli accordi sindacali territoriali eventualmente siglati.

Il rilascio dell'autorizzazione per le medie strutture è, dunque, subordinato al verificato ri-

spetto della conformità dell'insediamento ai vigenti strumenti urbanistici ed alla relativa normativa:

- del piano di settore per il commercio di cui alle disposizioni delle N.T.A. del P.R.G.C.;
- dei programmi di rivitalizzazione delle aree urbane e di tutela e valorizzazione del centro storici ed aree analoghe e della specifica regolamentazione commerciale con gli stessi introdotta, compresa la disponibilità di SVAM necessaria;
- delle Direttive, in particolare quelle relative ai criteri di realizzazione dei raccordi viari;
- delle altre norme del presente regolamento e delle norme igienico-sanitarie.

L'autorizzazione è negata qualora sia stata negata o comunque non rilasciata almeno 5 giorni prima del termine di conclusione del procedimento inerente l'autorizzazione commerciale, la concessione o autorizzazione edilizia per la realizzazione dell'insediamento.

La concessione o l'autorizzazione edilizia eventualmente necessaria viene rilasciata contestualmente all'autorizzazione commerciale.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita, l'estensione od il cambiamento del settore merceologico, sono soggetti ad autorizzazione comunale.

La domanda deve essere presentata contestualmente a:

- domanda di concessione o autorizzazione edilizia;
- denuncia di inizio attività o altro atto che legittimi l'esecuzione dei lavori e delle opere edilizie indispensabili per l'esercizio dell'attività commerciale.

Alla domanda di autorizzazione deve essere allegata:

- planimetria, in scala adeguata, dell'esercizio esistente o progetto dell'edificio da realizzare, con evidenziate la superficie di vendita e quella destinata a magazzini, servizi, ed uffici;
- planimetria, in scala adeguata, indicante gli spazi destinati a parcheggio;
- relazione circa l'infrastrutturazione viaria e le conseguenze occupazionali.

La competenza formale della domanda e dei suoi allegati è verificata dal responsabile del procedimento entro il termine perentorio di 15 giorni dalla sua presentazione.

Qualora la domanda risulti inesatta o incompleta, il responsabile fissa un'ulteriore termine, di cui viene data comunicazione all'interessato, entro cui lo stesso può correggere e/o integrare la domanda.

Il comune entro 60 giorni dal ricevimento della domanda, provvede al completamento dell'istruttoria. Entro il medesimo termine il comune indice una conferenza di servizi fissandone lo svolgimento entro 90 giorni dalla data indizione.

Alla conferenza partecipano tre membri rappresentanti la regione, la provincia ed il comune.

Le delibere della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti.

Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della regione.

Della data di convocazione della conferenza è data notizia al richiedente, ai comuni contermini, alle organizzazioni dei consumatori, dei lavoratori dipendenti e delle imprese del commercio più rappresentative in relazione al bacino omogeneo di utenza o area commerciale metropolitana in cui si intende realizzare l'insediamento.

Le domande si intendono accolte qualora entro 120 giorni dalla data di convocazione della conferenza di servizi non sia stato comunicato al richiedente il provvedimento di diniego.

La concessione o l'autorizzazione edilizia necessaria viene rilasciata contestualmente all'autorizzazione commerciale. Qualora, invece, si sia verificato il caso di silenzio assenso (decorsi inutilmente 120 giorni dalla data di convocazione della conferenza) la concessione o l'autorizzazione edilizia sono rilasciate secondo le norme vigenti in materia.

D) Apertura centro commerciale

❖ **Procedura generale** - L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita di un Centro Commerciale sono soggetti ad autorizzazione comunale, salvi i procedimenti autorizzatori e quelli soggetti a comunicazione, ad efficacia differita od immediata, contemporaneamente o successivamente necessari per l'attivazione, le variazioni, e le cessazioni dei singoli esercizi di vendita componenti il centro commerciale che sono definiti autonomi atti o provvedimenti.

All'autorizzazione per il centro deve quindi attribuirsi essenzialmente valore quantitativo (in termini di superficie di vendita complessiva, eventualmente suddivisa tra i settori food e no-food) e di consenso alla sua realizzazione in stretto rap-

porto con gli strumenti urbanistici e con la concessione o autorizzazione edilizia.

La superficie del centro determina la disciplina e la procedura da seguire, secondo che si tratti di media o di grande struttura di vendita.

La domanda di autorizzazione per l'apertura di un centro (corredata da una relazione che ne descrive esattamente la composizione, dettagliando le varie attività e funzioni previste con a fianco di ciascuna indicata la relativa superficie) può essere presentata da un unico promotore o dai singoli aspiranti esercenti.

Nella seconda ipotesi la domanda è presentata tramite un rappresentante dagli stessi nominato.

Di tale qualifica deve essere dato atto nel frontespizio del Mod. COM2.

Per le modalità di redazione e presentazione della domanda deve farsi riferimento alle disposizioni relative alle medie o grandi strutture di vendita a seconda che il Centro rientri nell'una o nell'altra categoria.

La planimetria da allegarsi alla domanda di autorizzazione indicherà la superficie complessiva del centro, intesa quale somma delle superfici di vendita di ciascun esercizio commerciale previsto nonché le infrastrutture comuni e gli spazi gestiti unitariamente e le loro superfici.

L'autorizzazione per il centro viene rilasciata e intestata al promotore o rappresentante del centro, il quale rappresenterà il centro nei rapporti, anche futuri, con la pubblica amministrazione.

Il promotore del centro può anche essere una società o un'associazione stabile di imprese.

Successivamente all'ottenimento dell'autorizzazione, i soggetti interessati provvederanno a richiedere il rilascio delle autorizzazioni o a presentare le comunicazioni per ognuno degli esercizi compresi.

Tali procedimenti devono concludersi entro 30 giorni dal ricevimento delle domande e/o comunicazioni ove l'insediamento avvenga conformemente alle prescrizioni e/o vincoli eventualmente stabiliti in sede di rilascio di autorizzazione per l'intero centro.

E) Contestualità tra concessione/autorizzazione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ Qualora ai fini dell'apertura, trasferimento di sede o ampliamento della superficie di vendita di una media o grande struttura di vendita sia necessario il rilascio di apposita concessione o autorizzazione edilizia, l'interessato deve farne richiesta

contestualmente alla domanda di autorizzazione commerciale secondo quanto disposto dal regolamento di polizia per la disciplina e l'esercizio del commercio del 28/7/2000.

Il rilascio della concessione o autorizzazione edilizia e di quella commerciale avviene pure contestualmente.

Per le contestualità sopra accennate le domande di concessione e/o autorizzazione edilizia e quelle di autorizzazione commerciale vengono presentate allo Sportello Unico delle Attività Produttive che provvederà a coordinare tempi e procedimenti edilizio e commerciale e ad emanare un unico atto concessorio e/o autorizzatorio eventualmente comprensivo anche di altre autorizzazioni amministrative espressamente richieste (es.: insegne, pubblicità, occupazioni suolo pubblico, ecc.).

Le richieste di integrazione dati, dichiarazioni o documenti avanzate per uno dei due procedimenti sono valido titolo per la sospensione del procedimento di rilascio dell'atto unico.

L'attività commerciale delle medie e grandi strutture di vendita autorizzate non può essere iniziata fino alla certificazione della agibilità degli immobili relativi, secondo le forme previste dalle leggi statali e regionali e dal regolamento edilizio comunale.

L'annullamento/decadenza della concessione o autorizzazione edilizia o dell'atto unico autorizzatorio di medie e grandi strutture di vendita per motivi urbanistico-edilizi comporta altresì la revoca della corrispondente autorizzazione commerciale con divieto di proseguire l'attività negli immobili interessati dai provvedimenti di cui si tratta.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

❖ I procedimenti sono stati già indicati nelle singole voci che precedono, relative agli esercizi di vicinato, alle medie ed alle grandi strutture di vendita.

Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ Per medie strutture di vendita si intendono le strutture commerciali come definite dall'articolo 4, comma 1, lettera e) del decreto legislativo 114/98, ma solo con riferimento alle aree commerciali metropolitane della regione Toscana (Firenze-Prato-Pistoia; Pisa-Livorno).

Con riferimento, invece, ai bacini omogenei

di utenza così come individuati dal regolamento regionale n.4/1999, per medie strutture di vendita sono da intendersi gli esercizi superiori ai 150 mq. e fino ai 1.500mq., nei comuni con popolazione residente inferiore ai 10.000 ab., e superiori ai 250mq. e fino ai 1.500mq. nei comuni con popolazione residente superiore ai 10.000 ab.

Inoltre, la regione ha suddiviso i propri comuni nelle seguenti classi demografiche:

- **comuni di classe A:** capoluoghi di provincia e quelli con popolazione superiore ai 50.000 ab.;
- **comuni di classe B:** comuni con popolazione compresa tra i 10.000 ed i 50.000 ab.;
- **comuni di classe C:** comuni con popolazione compresa tra i 3.000 ed i 10.000 ab.;
- **comuni di classe D:** comuni con popolazione inferiore ai 3.000 ab.

B) Criteri qualitativi

❖ Non sono previsti dalle norme e dai regolamenti particolari requisiti qualitativi per l'apertura di medie strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

- ❖ Per le medie strutture di vendita:
- le aree a parcheggio per la sosta di relazione sono dimensionate nella misura minima di m. 1,50 per ogni mq. di superficie di vendita prevedendo ulteriori parcheggi, nella misura minima di m. 1 per ogni mq. di ulteriori superfici utili coperte aperte al pubblico, destinate ad altre attività connesse o complementari a quella commerciale;
 - le dotazioni indicate al punto precedente sono ridotte alla metà quando l'esercizio abbia carattere di struttura regionale. Tali strutture sono identificate in quelle fino a 500mq. di superficie di vendita per gli esercizi posti in edifici a destinazione commerciale. La stessa riduzione si effettua quando si verifichi un effetto di riqualificazione ambientale, sociale ed architettonica derivante dall'insediamento proposto che sia dichiarato ed attestato dalla amministrazione comunale;
 - nelle zone a traffico limitato o escluso si prescindono dal dimensionamento di cui ai precedenti punti;
 - le aree a parcheggio esterne localizzate in superficie, devono essere dotate di alberature di alto fusto di specie tipiche locali nella misura minima di un albero ogni 80 mq. di parcheggio;
 - il numero dei posti auto che deve essere indivi-

duato in relazione alla superficie minima di parcheggio di sosta di relazione non può essere inferiore ad un posto auto ogni 25mq. di superficie di parcheggio.

Inoltre, fino al 2005, sono ammessi solo i seguenti interventi:

- mantenimento delle medie strutture di vendita in edifici a destinazione commerciale esistenti;
- ampliamento delle medie strutture di vendita già esistenti fino alla soglia massima della classificazione (2.500mq.) a condizione che siano verificati gli standard di parcheggio e di verde alberato in relazione all'ampliamento richiesto. La possibilità di ampliamento è utilizzabile una sola volta nell'arco del quinquennio;
- è consentito il trasferimento delle medie strutture già esistenti nelle nuove localizzazioni individuate dal piano del comune. L'esercizio di media struttura che subentri dovrà mantenere lo stesso settore merceologico dell'esercizio originario;
- realizzazione di nuove medie strutture di vendita previste nell'elenco localizzativo e quantitativo previsto dal piano del comune a condizione che siano verificati gli standard di parcheggio e di verde alberato;
- sono inoltre consentiti insediamenti di medie strutture di vendita a carattere rionale derivanti dall'ampliamento degli esercizi di vicinato esistenti, per il medesimo settore merceologico, ad esclusione del settore alimentare, entro e non oltre il limite massimo, per ciascuna struttura, di 500 mq., esclusivamente all'interno di edifici preesistenti alla data di entrata in vigore del piano comunale ed a condizione che siano verificati gli standard di parcheggio e di verde alberato e che l'intervento sia ammissibile ai sensi dei vigenti strumenti urbanistici e compreso entro gli ambiti territoriali individuati dal comune, previa concertazione con le rappresentanze delle categorie economiche interessate e dei consumatori, entro le zone del PRGC: A, B e D;
- è fatta inoltre salva la facoltà, fermo restando il rispetto delle previsioni urbanistiche, di prevedere ulteriori medie strutture di vendita all'interno dei programmi integrati per la rivitalizzazione della rete distributiva.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

- ❖ A seguito dell'approvazione di appositi programmi per la tutela delle aree vulnerabili, da aggiornarsi annualmente, il comune può prevedere

la graduazione dell'inserimento delle medie strutture di vendita in specifiche aree interessate da fenomeni oggettivamente riscontrati di vulnerabilità della rete degli esercizi di vicinato.

Ai fini dell'individuazione delle aree e per la predisposizione dei programmi il comune assume come parametri, relativi all'area:

- la densità degli esercizi di vicinato esistenti;
- il livello di mortalità di esercizi di vicinato nell'ultimo triennio

L'area o le aree interessate dalla operatività del programma non possono rappresentare oltre il 50% del territorio comunale, fatta eccezione per comuni o frazioni con popolazione inferiore ai 3.000 ab.

Il comune, attraverso il programma, definisce la percentuale massima di incremento annuale dell'indice di equilibrio commerciale per l'individuazione della superficie di vendita autorizzabile annualmente nell'area oggetto di programmazione.

La procedura per il calcolo della superficie di vendita autorizzabile è la seguente:

per determinare la superficie di vendita annualmente autorizzabile (SVAM) si procede come di seguito:

- 1) individuazione delle unità commerciali convenzionali relative agli esercizi di vicinato esistenti (UCCV) -le UCCV corrispondono al numero di esercizi di vicinato autorizzati ed attivi-;
- 2) individuazione delle unità commerciali convenzionali relative alle medie strutture di vendita (UCCM) - la UCCM è calcolata dividendo la superficie di vendita relativa alle medie strutture autorizzate ed attive localizzate nel comune per 150mq.;
- 3) individuazione dell'indice di equilibrio commerciale per le medie strutture di vendita (IECM). L'IECM è dato dal rapporto tra le UCCM e le UCCV;
- 4) individuazione dell'IECM.

Il comune, nell'ambito dell'atto di Adozione del programma, definisce la percentuale di incremento dell'IECM. L'applicazione della percentuale di incremento all'IECM determina l'indice incrementato (IECMi) da applicare nell'annualità di riferimento.

Il comune individua le UCCV e le UCCM relative all'area interessata da fenomeni di vulnerabilità della rete degli esercizi di vicinato (rispettivamente UCCVa e UCCMa) con la stessa procedura descritta ai punti 1 e 2.

La SVAM è determinata attraverso le seguenti operazioni:

- a) prodotto delle UCCVa per l'IECMi che consente di individuare le UCCM complessive dell'area determinate dall'applicazione dell'indice di equilibrio (UCCMai);
- b) sottrazione delle UCCMa dalle UCCMai.
- c) Se la differenza è positiva si ha il numero di UCCM che è possibile autorizzare: il prodotto tra questo dato e mq. 150 dà la SVAM.
- d) Se, invece, la differenza è negativa o uguale a zero non è possibile autorizzare nuove medie strutture di vendita.
- e) Non è possibile autorizzare nuove medie strutture anche nel caso in cui il valore delle UCCM sia tale da determinare, moltiplicando tale valore per 150mq., una superficie di vendita inferiore alla dimensione prevista per tale tipologia di struttura.
- f) Per gli anni successivi le rilevazioni sono effettuate entro il 31 dicembre dell'anno precedente.

Tra più domande di autorizzazione per medie strutture concorrenti nelle aree interessate dai programmi succitati il comune tiene conto in ordine di priorità decrescente delle seguenti caratteristiche degli interventi:

- quantità volumetriche di patrimonio edilizio esistente oggetto di recupero;
- numero di posti auto ulteriori rispetto a quelli previsti dagli standards e non riservati alla clientela;
- impegno al rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro;
- impegno al rispetto degli accordi sindacali territoriali eventualmente siglati.

Il comune, oltre al calcolo annuale di determinazione della SVAM (superficie di vendita autorizzabile) per le medie strutture di vendita, nell'ambito dei programmi di tutela per le aree vulnerabili, ha previsto, all'interno del piano generale del commercio, una specifica tabella localizzativa e quantitativa in ordine alla quantità di superficie di vendita, già determinata, e basata su decisioni già assunte in precedenza rispetto all'entrata in vigore della riforma "Bersani", da autorizzare, per un equivalente pari a circa: 29.543 mq.

È da segnalare che il comune di Firenze a seguito di delibera consiliare ha in parte modificato quanto disposto in precedenza (delibera n.877/2000). In relazione alle specifiche localizzative delle strutture di vendita, ha inserito:

- con riferimento al Piano di recupero dell'area Fiat, oltre a quanto già previsto (apertura di

12.500mq. di medie strutture di vendita), le parole, a seguire: "delle quali non più di una alimentare derivante da trasferimento di medie strutture esistenti nell'ambito del Quartiere";

- con riferimento al PRU "S.Bartolo a Cintoia", ha sostituito l'intera previsione con la seguente: "mq. 9.600 di medie strutture di vendita non alimentari e centro commerciale di media struttura non alimentare".

A seguito di ulteriore, successiva delibera consiliare (n.87/20 del 25 MARZO 2002), sono state apportate altre modifiche all'allegato C) della delibera consiliare n.877/2000 contenente il Piano di settore del commercio del comune di Firenze. Le modifiche attengono in particolare:

- all'ammissibilità di nuove medie strutture di vendita in singoli edifici a destinazione commerciale, ove per detti edifici esista la previsione specifica di una superficie complessiva ad uso commerciale superiore a 250 mq., a condizione che tali strutture possiedano tutti i requisiti necessari per l'esercizio dell'attività commerciale, stabiliti dal piano regolatore generale, dalla normativa regionale recepita nella presente disciplina a da ogni altra normativa comunale in materia;
- all'ammissibilità di nuove medie strutture di vendita ed All'ampliamento di medie o grandi strutture di vendita per effetto di concentrazione o accorpamento di esercizi preesistenti autorizzati ai sensi della previgente legge n.426/71, per la vendita di beni di largo e generale consumo, oltre che negli edifici a destinazione commerciale esistenti, anche in quelli che acquisiscano tale destinazione successivamente all'entrata in vigore della disciplina comunale;
- al fatto che la possibilità di ampliamento di una media o grande struttura per effetto di concentrazione o accorpamento, è fruibile anche ripetutamente nel corso del quinquennio. L'ampliamento, in tale fattispecie, di una grande struttura è consentito anche oltre il 15% della superficie di vendita originariamente autorizzata;
- alla diminuzione del 50% delle previste dotazioni urbanistiche (parcheggi, verde ecc.), nei casi in cui gli esercizi da insediare abbiano carattere di struttura rionale (prevalente carattere pedonale dell'utenza o struttura scarsamente attrattiva di traffico veicolare). Tali strutture sono identificate tra quelle fino a 500mq. di superficie di vendita per gli esercizi posti in edifici a destinazione commerciale e nelle medie strutture di vendita derivanti da ampliamenti.

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ Secondo le norme regionali, si suddividono:

- **grandi strutture di vendita di tipologia A:** con superficie di vendita superiore ai 10.000mq.;
- **grandi strutture di vendita di tipologia B:** con superficie di vendita superiore ai 5.000mq. e non superiore ai 10.000mq.;
- **grandi strutture di vendita di tipologia C:** con superficie di vendita compresa tra i 1.500 ed i 5.000mq. nei comuni con popolazione residente inferiore ai 10.000ab. e con superficie di vendita compresa tra 2.500 e 5.000mq. nei comuni con popolazione residente superiore ai 10.000ab.;
- per aree commerciali integrate si intendono le aree per le quali lo strumento urbanistico comunale prevede espressamente la compatibilità per l'insediamento di grandi strutture e che possono comprendere la localizzazione di grandi e medie strutture di vendita integrate funzionalmente sulla base delle disposizioni di specifico strumento urbanistico attuativo. A tali aree si applicano la classificazione e le disposizioni previste per le grandi strutture di vendita in rapporto alla superficie di vendita complessiva delle grandi e medie strutture di vendita ivi localizzate.

Inoltre, le grandi strutture di vendita del settore merceologico non alimentare con caratteristiche di polo di attrazione di interesse interregionale sono individuate sulla base di parametri definiti dalla Giunta Regionale.

Si riporta, infine, nuovamente la classificazione di classi comunali effettuata dalla regione Toscana:

- **comuni di classe A:** capoluoghi di provincia e quelli con popolazione superiore ai 50.000 ab.;
- **comuni di classe B:** comuni con popolazione compresa tra i 10.000 ed i 50.000 ab.;
- **comuni di classe C:** comuni con popolazione compresa tra i 3.000 ed i 10.000 ab.;
- **comuni di classe D:** comuni con popolazione inferiore ai 3.000 ab.

B) Criteri qualitativi

❖ Le norme regionali ed i regolamenti comunali non prevedono particolari criteri qualitativi per l'insediamento di nuovi esercizi.

C) Standard urbanistici

❖ L'autorizzazione per l'apertura di una grande struttura di vendita di tipologia A, B o C è negata

ove lo strumento urbanistico non preveda espressamente la compatibilità della localizzazione della specifica tipologia di insediamento commerciale per il quale è richiesta l'autorizzazione.

Fino al 2005 (termine di operatività dell'attuale disciplina urbanistico-commerciale del comune), è ammesso:

- il mantenimento delle grandi strutture di vendita in edifici a destinazione commerciale già esistenti;
- l'ampliamento delle grandi strutture di vendita in edifici a destinazione commerciale già esistenti fino ad un massimo del 15% della attuale superficie di vendita a condizione che siano verificati gli standard di parcheggio e verde alberato in relazione all'ampliamento richiesto. La possibilità di ampliamento è utilizzabile per una sola volta nell'arco del quinquennio;
- il trasferimento di grandi strutture esistenti, nelle nuove localizzazioni di grandi strutture previste nel piano comunale (di cui più avanti). L'esercizio di grande distribuzioni che eventualmente subentri dovrà mantenere il medesimo settore merceologico dell'esercizio originario;
- realizzazione delle nuove grandi strutture e centri commerciali previste nell'elenco localizzativo e quantitativo a condizione che siano verificati gli standard di parcheggi e di verde alberato;
- potranno inoltre trovare localizzazione nuove grandi strutture, oltre quelle previste dall'elenco quantitativo, al solo fine di concretizzare gli indirizzi comunali che prevedono di favorire la nascita di centri commerciali naturali e distretti commerciali. Le grandi strutture prevedibili dovranno quindi derivare dalla aggregazione funzionale ed organizzativa degli esercizi di vicinato con quelli di servizio alla residenza e con le eventuali grandi strutture di vendita presenti o previste nell'ambito considerato.

Per le grandi strutture di vendita:

- i parcheggi per la sosta di relazione sono dimensionati nella misura minima di mq. 2 per ogni mq. di superficie di vendita prevedendo ulteriori parcheggi, nella misura di mq. 1,5 per ogni mq. di ulteriori superfici utili coperte aperte al pubblico per altre attività connesse e complementari a quelle commerciali;
- le aree di parcheggio esterne localizzate in superficie, devono essere dotate di alberature di alto fusto di specie tipiche locali nella misura minima di un albero ogni 80 mq. di parcheggio;
- nelle zone a traffico limitato o escluso si prescin-

de dal dimensionamento di cui ai punti precedenti non essendo in tal caso richiesta alcuna dotazione di parcheggi per l'attivazione o l'ampliamento di grandi strutture di vendita.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Nel periodo di operatività dei programmi comunali per la tutela delle aree vulnerabili (che non possono riguardare più del 50% dell'intero territorio comunale), da aggiornarsi annualmente, non possono essere rilasciate autorizzazioni nelle aree oggetto dei piani stessi ed in aree situate a meno di 3 chilometri in linea d'aria da queste ancorchè localizzate in altro comune.

Rispetto alle aree non ricomprese nei programmi di tutela, ai fini del rilascio dell'autorizzazione sono da verificare le seguenti condizioni:

- rispetto dei criteri e dei parametri previsti dalle direttive di cui alla legge regionale n.28/99;
- compatibilità con la superficie di vendita autorizzabile riferita all'area commerciale metropolitana dove è localizzato l'intervento richiesto, calcolato sulla base dell'indice di equilibrio commerciale, secondo lo schema di calcolo individuato dalla regione;
- la rispondenza al sistema dei servizi di trasporto pubblico per il collegamento dell'area.

Nel caso l'area dove viene proposta la localizzazione non disponga già delle infrastrutture necessarie, deve essere oggetto di valutazione lo schema di convenzione tra comune e titolare della struttura per la realizzazione delle infrastrutture stesse: tale convenzione deve prevedere l'accettazione da parte del titolare della condizione dell'apertura dell'esercizio contestualmente alla piena funzionalità delle infrastrutture.

Per verificare la compatibilità, ai fini del rilascio dell'autorizzazione all'apertura, con la superficie di vendita autorizzabile riferita all'area metropolitana (così come ai diversi bacini di utenza), occorre, dunque, calcolare quest'ultima.

Per determinarla è stato disposto di procedere nel seguente modo:

- individuazione delle unità commerciali convenzionali relative ai settori merceologici alimentare e non alimentare, riferite agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita esistenti (UCCVM).

Le UCCVM corrispondono al numero di esercizi di vicinato in attività in un dato anno sommate alle Unità commerciali convenzionali relative alle

medie strutture di vendita (calcolate dividendo la superficie di vendita totale di queste ultime per mq. 150) in esercizio nello stesso anno, rispetto ai settori merceologici alimentare e non, localizzate in ciascuna area metropolitana (o bacino omogeneo di utenza);

- individuazioni delle unità commerciali convenzionali relative ai settori merceologici alimentare e non alimentare riferite alle grandi strutture di vendita esistenti ad un dato anno (UCCG). Le UCCG sono calcolate dividendo per 150 mq. la superficie di vendita relativa alle grandi strutture di vendita, relative ai settori merceologici alimentare e non alimentare, autorizzate ed in attività ad un dato anno, localizzate in ciascuna area metropolitana (o bacino omogeneo di utenza);
- individuazione degli indici di equilibrio commerciale relativi ai settori merceologici alimentare e non alimentare per le grandi strutture di vendita (IECG). L'IECG è dato dal rapporto tra le UCCG e le UCCVM;
- individuazione della percentuale di incremento degli IECG relativi ai due settori merceologici.

La percentuale di incremento massimo degli IECG è fissata complessivamente per triennio in triennio (primo triennio 1999-2001 nel 20%). Per i trienni successivi l'indice di incremento è definito tenendo conto dell'evoluzione delle differenti tipologie distributive avvenuta nel triennio precedente e rilevata dall'osservatorio regionale del commercio. La SVAG per i due settori merceologici nel triennio di riferimento è determinata attraverso le seguenti operazioni:

- 1) prodotto delle UCCVM per l'IECGi che consente di individuare le UCCG incrementate (UCCGi) complessive dell'area metropolitana determinate dall'applicazione dell'indice di equilibrio (UCCGi);
- 2) sottrazione delle UCCG dalle UCCGi.

Nel caso il valore sia positivo si ha il numero di UCCG che è possibile autorizzare nel triennio: il prodotto tra questo dato e mq.150 dà la SVAG.

Nel caso il valore sia negativo o uguale a zero non è possibile autorizzare nuove strutture di vendita.

Non è possibile autorizzare nuove grandi strutture di vendita anche nel caso in cui il valore delle UCCG sia tale da determinare, moltiplicando tale valore per 150 mq., una superficie di vendita inferiore alla dimensione prevista per tale tipologia di struttura.

Le procedure di calcolo sopra descritte rispondono, sulla base di quanto indicato dalla regione Toscana nelle norme attuative della riforma, all'esigenza di assicurare, nell'indicare gli obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, il rispetto della libera concorrenza favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive.

Il procedimento di calcolo sopra descritto per l'individuazione dell'indice di equilibrio, rappresenta un parametro c.d. "dinamico", da applicare ogni tre anni per definire gli obiettivi di presenza della grande distribuzione nell'ambito dei bacini omogenei di utenza e delle aree metropolitane.

Il comune di Firenze, nell'ambito del piano del commercio approvato, ha inserito una tabella quantitativa (e localizzativa) con cui viene resa autorizzabile, per il primo periodo di vigenza, una nuova superficie di vendita per grandi strutture (con una parziale opera di recupero edilizio), suddivisa in diversi esercizi, per un totale di: 22.100 mq.

Naturalmente, le superfici previste dovranno dimostrare la loro compatibilità con gli standard urbanistici richiesti.

Oltre ai limiti e regole sopra descritti, la normativa attuativa regionale prevede anche che le Province promuovano accordi di pianificazione per i rispettivi bacini omogenei di utenza, cui partecipano i comuni, al fine di coordinare ed armonizzare le scelte programmatiche in materia di grandi strutture di vendita e garantire la migliore integrazione tra le diverse forme distributive.

L'adozione di tali accordi consente di prescindere dalla verifica della compatibilità della superficie di vendita per le grandi strutture: in tal caso è possibile autorizzare nuove grandi strutture di vendita o ampliamenti fino ad un limite di 5.000mq. di superficie per ogni bacino omogeneo di utenza. In base a tali accordi si può, inoltre, prescindere anche dalle disposizioni urbanistiche relative alla localizzazione delle diverse tipologie di grande distribuzione in rapporto alle classi dei comuni.

Infine, qualora vengano individuate grandi strutture di vendita del settore non alimentare con caratteristiche di polo di attrazione interregionale:

- non si applica la verifica di compatibilità della superficie di vendita autorizzabile;
- è ammessa la deroga ai limiti massimi dimensionali previsti per le grandi strutture di vendita di tipologia A ed al rapporto tra classi di comuni e tipologie di strutture.



Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Il piano comunale del commercio prevede che l'amministrazione qualora ne ravvisi l'esigenza o l'opportunità, può approvare il seguente tipo di programma, corredato da specifica regolamentazione:

- "programma per la tutela e la valorizzazione dei centri storici".

Il regolamento regionale, sul punto, prevede che i comuni individuino e regolamentino le attività commerciali localizzate nei centri storici, nonché nelle aree o edifici di interesse storico, archeologico e ambientale, al fine di tutelare e valorizzare tale patrimonio, nell'ambito dei programmi specifici.

Il fine stabilito è la tutela del patrimonio edilizio esistente di interesse storico e nel contempo garantire alla popolazione residente ed ai turisti i migliori servizi commerciali integrati con quelli di interesse pubblico.

I programmi in oggetto devono prevedere interventi di razionalizzazione dei sistemi di fruizione dell'area interessata in termini di traffico veicolare, pedonale e della mobilità in genere, nonché di parcheggi, bagni pubblici, illuminazione ed arredo urbano.

Tali programmi possono, inoltre, contenere disposizioni in merito:

- a specifiche prescrizioni per rendere compatibile la localizzazione e l'apertura degli esercizi di vendita con le caratteristiche particolari dell'area, ivi comprese disposizioni in ordine alla vendita di prodotti oggettivamente incompatibili rispetto alla caratterizzazione dell'area ed alla sua funzione;
- alle procedure per la valutazione dell'impatto urbanistico ambientale ai fini della localizzazione e dell'apertura degli esercizi di vendita, rispetto agli interventi previsti dai programmi stessi rendendo comunque possibile l'insediamento anche di medie strutture di vendita in aree integrate con gli esercizi di vicinato e con gli esercizi di attività commerciale su aree pubbliche.

Il nuovo regolamento comunale di polizia per l'attività del commercio in sede fissa (28/7/2000) prevedeva che nelle more dell'adozione di uno specifico programma per la tutela e valorizzazione del centro storico, per salvaguardare le caratteristiche, l'immagine ed il decoro del bene culturale rappresentato da luoghi di particolare pregio ed

interesse storico, architettonico, ambientale e culturale della città nonché in coerenza con i programmi di viabilità, limitazioni o interdizioni del traffico veicolare e di prevenzione dell'inquinamento, nelle zone individuate, sono vietate le seguenti attività:

esercizi di vendita di:

- elettrodomestici ingombranti;
- materie prime tessili e simili;
- rottami e materiale di recupero;
- articoli per l'imballaggio industriale;
- autoveicoli e simili;
- imbarcazioni e relative attrezzature;
- motori di qualsiasi tipo e genere e relativi accessori e ricambi;
- pneumatici e relativi accessori e ricambi;
- combustibili solidi e liquidi, gas in bombole e simili;
- macchine, attrezzature ed articoli tecnici per l'industria;
- materiali e componenti meccanici e simili;
- materiali antincendio ed accessori;
- macchine ed attrezzature per l'agricoltura e simili compresi ricambi ed accessori;
- prodotti chimici;
- oli lubrificanti;
- pizza al taglio in maniera esclusiva o prevalente;
- impianti di gas liquido;
- impianti di condizionamento ed altri similari.

Nonché:

- esercizi di medie strutture di vendita superiori ai 500mq. per il commercio al dettaglio attinenti il settore alimentare.

Sul Ponte Vecchio è dichiarato incompatibile il commercio di generi diversi da:

- oggetti preziosi;
- orologi;
- oggetti d'arte, cose antiche o articoli di antiquariato, articoli di numismatica e filatelia.

Il regolamento prevede, inoltre, una clausola di salvaguardia per esercizi considerati di particolare interesse storico, artistico e documentario.

Urbanistica commerciale

❖ La Legge regionale n. 28/99 detta le direttive per la programmazione urbanistica commerciale. Per l'individuazione dei criteri si tiene conto dell'esigenza prioritaria del contenimento di consumo del suolo e della riqualificazione del sistema degli insediamenti verso città plurifunzionali, del rafforzamento dell'offerta di servizi terziari alle

persone ed alla produzione e del miglioramento dell'accessibilità.

Le direttive forniscono in particolare i criteri a cui i comuni devono attenersi per l'individuazione:

- delle aree da destinare alla localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita ivi comprese le aree commerciali integrate in cui coesistono entrambe le tipologie di struttura;
- di altre aree compatibili con gli insediamenti commerciali, con particolare riferimento ai piani ed agli insediamenti produttivi;
- delle aree di interesse storico, archeologico, artistico ed ambientale.

Le direttive individuano i criteri per la definizione di standard e parametri in relazione alla localizzazione ed al dimensionamento delle strutture di vendita, all'accessibilità veicolare e pedonale, all'eliminazione delle barriere architettoniche ed all'arredo urbano.

Le direttive individuano altresì i criteri per la rilocalizzazione delle strutture di vendita al fine di razionalizzare e diversificare il sistema distributivo in relazione all'esigenza dell'utenza e della tutela e valorizzazione del patrimonio storico-artistico ed ambientale.

La regione inserisce le suddette direttive nel Piano di indirizzo territoriale (PIT) di cui alla Legge regionale n. 5/1995.

Il PIT riconduce, sostanzialmente, la programmazione degli esercizi commerciali all'interno della pianificazione urbanistica.

I criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale e contenuti nel PIT dovranno essere applicati tenendo, come già accennato, conto:

- dell'esigenza prioritaria del contenimento del consumo del suolo;
- dell'esigenza della riqualificazione del sistema degli insediamenti verso città plurifunzionali;
- del rafforzamento dell'offerta di servizi alle persone ed alla produzione;
- del miglioramento dell'accessibilità.

L'attuale PRG del comune di Firenze prevede, inoltre, all'articolo 38 delle NTA: che le attrezzature commerciali debbano rispettare quanto contenuto nei piani di settore del commercio.

Il piano comunale del commercio ha una durata quinquennale e contiene le indicazioni relative agli strumenti (piani di tutela e rivitalizzazione), agli standard (di parcheggio e verde), ai parametri (per la programmazione urbanistico commerciale per le medie e grandi strutture di vendita).

È da segnalare la recente modifica dell'articolo 4, primo comma secondo periodo dell'allegato C) della delibera consiliare del comune n.877/2000, con cui si prevede che si considerano come “edifici a destinazione commerciale esistenti” quelli che alla data di entrata in vigore del regolamento stesso risultino già costruiti, in corso di costruzione o per i quali sia stata già rilasciata concessione edilizia o autorizzato il cambio di destinazione d'uso ovvero siano previsti in piani attuativi già approvati e convenzionati alla data di cui sopra.

Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

❖ Le norme regionali non contengono misure particolari in materia.

Il regolamento di polizia comunale ed il piano del commercio basano la propria filosofia sul corretto utilizzo del suolo e sugli aspetti e standard urbanistici, quindi, sulle funzioni della città.

Non è indicata alcuna misura direttamente ricollegabile ai principi regolatori della concorrenza. ●

Consistenze									
FIRENZE	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	132	336	1.635	130	338	1.643	-1,5%	0,6%	0,5%
Non specializzati	57	108	262	45	91	220	-21,1%	-15,7%	-16,0%
Non specializzati prevalenza alimentare	311	797	5.076	325	824	5.248	4,5%	3,4%	3,4%
Non specializzati prevalenza non alimentare	21	44	229	25	47	250	19,0%	6,8%	9,2%
Frutta e verdura	241	445	1.638	224	426	1.582	-7,1%	-4,3%	-3,4%
Carne e prodotti a base di carne	240	565	2.559	221	540	2.465	-7,9%	-4,4%	-3,7%
Pesci, crostacei, molluschi	39	64	446	38	66	449	-2,6%	3,1%	0,7%
Pane, pasticceria, dolciumi	89	177	864	93	181	859	4,5%	2,3%	-0,6%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	49	121	367	45	116	368	-8,2%	-4,1%	0,3%
Tabacco e altri generi di monopolio	140	353	1.624	149	366	1.688	6,4%	3,7%	3,9%
Altri esercizi specializzati alimentari	305	641	1.497	278	592	1.364	-8,9%	-7,6%	-8,9%
Farmacie	117	268	1.000	119	270	1.012	1,7%	0,7%	1,2%
Articoli medicali e ortopedici	29	43	192	32	51	201	10,3%	18,6%	4,7%
Cosmetici e articoli di profumeria	209	396	1.507	200	394	1.459	-4,3%	-0,5%	-3,2%
Prodotti tessili e biancheria	147	303	1.119	147	297	1.115	0,0%	-2,0%	-0,4%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	1.268	2.263	8.269	1.268	2.288	8.361	0,0%	1,1%	1,1%
Calzature e articoli in cuoio	423	647	1.877	416	637	1.864	-1,7%	-1,5%	-0,7%
Mobili, casalinghi, illuminazione	348	795	3.085	364	814	3.137	4,6%	2,4%	1,7%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	196	373	1.404	212	382	1.430	8,2%	2,4%	1,9%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	204	506	2.286	204	509	2.305	0,0%	0,6%	0,8%
Libri, giornali, cartoleria	555	1.001	3.565	555	998	3.560	0,0%	-0,3%	-0,1%
Altri esercizi specializzati non alimentari	1.280	2.346	8.795	1.268	2.363	8.936	-0,9%	0,7%	1,6%
Articoli di seconda mano	130	164	406	137	173	409	5,4%	5,5%	0,7%
TOTALE	6.530	12.756	49.702	6.495	12.763	49.925	-0,5%	0,1%	0,4%

Aperture per merceologia

FIRENZE		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Alim. e non alim.	Esercizi	43	78	319	28	69	258	-34,9%	-11,5%	-19,1%
	Mq. vendita	3.828	9.615	32.622	978	3.165	15.607	-74,5%	-67,1%	-52,2%
Alimentare	Esercizi	80	193	838	121	196	752	51,3%	1,6%	-10,3%
	Mq. vendita	2.594	8.961	41.766	6.476	16.044	52.044	149,7%	79,0%	24,6%
Non alimentare	Esercizi	551	1.020	3.602	480	874	3.225	-12,9%	-14,3%	-10,5%
	Mq. vendita	38.055	77.804	276.976	32.506	67.332	230.815	-14,6%	-13,5%	-16,7%
Non rilevabile	Esercizi	-	-	5				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	2	11	48	1	4	51	-50,0%	-63,6%	6,3%
	Mq. vendita	23	371	1.287	4	50	1.339	-82,6%	-86,5%	4,0%
TOTALE	Esercizi	676	1.302	4.812	630	1.143	4.286	-6,8%	-12,2%	-10,9%
	Mq. vendita	44.500	96.751	352.651	39.964	86.591	299.805	-10,2%	-10,5%	-15,0%
Medio										
Alim. e non alim.	Esercizi	-	4	24	-	4	56	-	0,0%	133,3%
	Mq. vendita	-	1.683	14.621	-	3.688	36.306	-	119,1%	148,3%
Alimentare	Esercizi	-	-	7	-	1	4	-	-	-42,9%
	Mq. vendita	-	-	3.307	-	320	1.767	-	-	-46,6%
Non alimentare	Esercizi	1	1	21	1	3	26	0,0%	200,0%	23,8%
	Mq. vendita	650	650	12.735	300	4.194	17.100	-53,8%	545,2%	34,3%
TOTALE	Esercizi	1	5	52	1	8	86	0,0%	60,0%	65,4%
	Mq. vendita	650	2.333	30.663	300	8.202	55.173	-53,8%	251,6%	79,9%
Grande										
Alim. e non alim.	Esercizi	-	-	2	-	-	1	-	-	-50,0%
	Mq. vendita	-	-	9.898	-	-	2.101	-	-	-78,8%
Alimentare	Esercizi				-	-	1	-	-	-
	Mq. vendita				-	-	465	-	-	-
Non alimentare	Esercizi	-	-	1	-	-	2	-	-	100,0%
	Mq. vendita	-	-	2.600	-	-	2.425	-	-	-6,7%
TOTALE	Esercizi	-	-	3	-	-	4	-	-	33,3%
	Mq. vendita	-	-	12.498	-	-	4.991	-	-	-60,1%
TOTALE										
Alim. e non alim.	Esercizi	43	82	345	28	73	315	-34,9%	-11,0%	-8,7%
	Mq. vendita	3.828	11.298	57.141	978	6.853	54.014	-74,5%	-39,3%	-5,5%
Alimentare	Esercizi	80	193	845	121	197	757	51,3%	2,1%	-10,4%
	Mq. vendita	2.594	8.961	45.073	6.476	16.364	54.276	149,7%	82,6%	20,4%
Non alimentare	Esercizi	552	1.021	3.624	481	877	3.253	-12,9%	-14,1%	-10,2%
	Mq. vendita	38.705	78.454	292.311	32.806	71.526	250.340	-15,2%	-8,8%	-14,4%
Non rilevabile	Esercizi	-	-	5				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	-				-	-	-
Tabelle speciali	Esercizi	2	11	48	1	4	51	-50,0%	-63,6%	6,3%
	Mq. vendita	23	371	1.287	4	50	1.339	-82,6%	-86,5%	4,0%
TOTALE	Esercizi	677	1.307	4.867	631	1.151	4.376	-6,8%	-11,9%	-10,1%
	Mq. vendita	45.150	99.084	395.812	40.264	94.793	359.969	-10,8%	-4,3%	-9,1%

Aperture per tipologia										
FIRENZE		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Concentrazione	Esercizi	-	-	3	-	-	4	-	-	33,3%
	Mq. vendita	-	-	79	-	-	216	-	-	173,4%
Nuovo esercizio	Esercizi	567	1.112	3.570	481	907	3.061	-15,2%	-18,4%	-14,3%
	Mq. vendita	35.638	77.584	237.821	29.773	64.706	201.581	-16,5%	-16,6%	-15,2%
Subingresso	Esercizi	109	190	1.239	149	236	1.221	36,7%	24,2%	-1,5%
	Mq. vendita	8.862	19.167	114.751	10.191	21.885	98.008	15,0%	14,2%	-14,6%
TOTALE	Esercizi	676	1.302	4.812	630	1.143	4.286	-6,8%	-12,2%	-10,9%
	Mq. vendita	44.500	96.751	352.651	39.964	86.591	299.805	-10,2%	-10,5%	-15,0%
Medio										
Nuovo esercizio	Esercizi	-	-	15	-	5	29	-	-	93,3%
	Mq. vendita	-	-	9.398	-	6.542	21.610	-	-	129,9%
Subingresso	Esercizi	1	5	37	1	3	57	0,0%	-40,0%	54,1%
	Mq. vendita	650	2.333	21.265	300	1.660	33.563	-53,8%	-28,8%	57,8%
TOTALE	Esercizi	1	5	52	1	8	86	0,0%	60,0%	65,4%
	Mq. vendita	650	2.333	30.663	300	8.202	55.173	-53,8%	251,6%	79,9%
Grande										
Nuovo esercizio	Esercizi	-	-	2	-	-	1	-	-	-50,0%
	Mq. vendita	-	-	9.498	-	-	425	-	-	-95,5%
Subingresso	Esercizi	-	-	1	-	-	3	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	3.000	-	-	4.566	-	-	52,2%
TOTALE	Esercizi	-	-	3	-	-	4	-	-	33,3%
	Mq. vendita	-	-	12.498	-	-	4.991	-	-	-60,1%
TOTALE										
Concentrazione	Esercizi	-	-	3	-	-	4	-	-	33,3%
	Mq. vendita	-	-	79	-	-	216	-	-	173,4%
Nuovo esercizio	Esercizi	567	1.112	3.587	481	912	3.091	-15,2%	-18,0%	-13,8%
	Mq. vendita	35.638	77.584	256.717	29.773	71.248	223.616	-16,5%	-8,2%	-12,9%
Subingresso	Esercizi	110	195	1.277	150	239	1.281	36,4%	22,6%	0,3%
	Mq. vendita	9.512	21.500	139.016	10.491	23.545	136.137	10,3%	9,5%	-2,1%
TOTALE	Esercizi	677	1.307	4.867	631	1.151	4.376	-6,8%	-11,9%	-10,1%
	Mq. vendita	45.150	99.084	395.812	40.264	94.793	359.969	-10,8%	-4,3%	-9,1%

Roma

Comune di

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Gli esercizi possono restare aperti dalle ore 7.00 alle ore 22.00. Nel rispetto di tali limiti l'esercente determina liberamente l'orario di apertura e chiusura del proprio esercizio non superando, comunque, il limite complessivo di 13 ore di attività giornaliera. Sperimentalmente, con Ordinanza del comune di Roma del gennaio 2001, gli esercizi di vendita al dettaglio non sono tenuti al rispetto dell'obbligo della mezza giornata di chiusura infrasettimanale.

Con provvedimento del 22 febbraio 2002 integrato da ulteriore Ordinanza del marzo 2002, il comune di Roma ha stabilito una diversa disciplina per quel che riguarda le giornate domenicali e festive, e più precisamente:

- 1) Apertura domenicale facoltativa nel periodo che va da gennaio a novembre per gli esercizi di vendita al dettaglio ubicati nelle seguenti zone:
 - all'interno dell'area del Centro storico (come individuato nella deliberazione C.C. 102 del 20.6.1994 "Piano di sviluppo e adeguamento della rete di vendita);

- all'interno nelle zone urbanistiche commerciali (ZUC) del Municipio XIII, come dal Municipio stesso indicate, denominate : Ostia Nord, Ostia Sud, Ostia Antica e Casal Palocco;
- all'interno all'interno del porto turistico di Ostia;
- all'interno nella zona posta nelle immediate adiacenze di Piazza S. Pietro;
- all'interno nella zona posta nelle immediate adiacenze della Basilica di San Paolo.

- 2) Aperture domenicali facoltative a decorrere da domenica 24 marzo (Pasqua esclusa) fino all'ultima domenica di ottobre per tutti gli esercizi di vendita al dettaglio ovunque ubicati nel territorio.

È, inoltre, venuto meno sull'intero territorio comunale l'obbligo della chiusura infrasettimanale.

Il comune ha anche costituito un osservatorio per monitorare l'andamento delle aperture e chiusure dei negozi.

B) Aperture notturne

- ❖ Il comune di Roma ha disciplinato l'apertura di una serie di drugstore, anche notturni, finalizzati alla rivendita sia di generi di prima necessità,

sia di una serie diversificata di prodotti, differenti a seconda della localizzazione, tipologia dimensionale e caratteristiche dei drugstore medesimi.

In alcuni Municipi è in corso un monitoraggio volto ad individuare il numero di autorizzazioni da rilasciare per le aperture dei locali notturni.

2 Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ Con delibera dell'aprile 1999, a seguito di decisione regionale con cui si dettavano ai comuni i criteri necessari per l'esercizio della facoltà contenuta nell'articolo 10 lett. c) del D.Lgs. 114/98, il comune di Roma ha sospeso ed inibito gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato nei seguenti termini:

- fino al 24 giugno 1999 per l'intero territorio comunale;
- fino al 24 ottobre 1999 per le parti di territorio comunale indicate nel piano di sviluppo ed adeguamento della rete di vendita come zone di "ristrutturazione", "SDO", e "Centro Storico".

Con successivo provvedimento, adottato anche questo a seguito di ulteriore iniziativa regionale con cui si dettavano, in via definitiva, i criteri per l'esercizio della facoltà di inibizione e sospensione delle comunicazioni, il comune, nell'ambito della disciplina provvisoria di tutela del centro storico, disponeva quanto segue:

- 1) fissare, fino al 30 aprile 2001, a 150 mq. il limite massimo della superficie di vendita per gli esercizi di vicinato ricadenti nell'area denominata "settore di tutela del Centro Storico", anche nel caso in cui tale superficie sia ottenuta con il trasferimento dalla stessa zona commerciale o da altra zona, o con unificazione di autorizzazioni già in essere o con ampliamento di superficie già autorizzata; quindi la comunicazione prevista dalla legge di riforma produce effetti solo nei termini appena stabiliti;
- 2) estensione del limite di superficie fino a 250 mq per gli esercizi di vicinato destinati alla vendita di generi merceologici relativi alle c.d. "attività tutelate", elencate in modo specifico nella medesima delibera comunale.

Con successive delibere (27 aprile 2001, e 27 luglio 2001) sono state disposte due ulteriori, consecutive, proroghe, l'una fino al 31 luglio 2001, l'altra fino al 31 marzo 2002, stabilendo, nel contempo, a fini di tutela del centro storico, anche, il limite massimo di superficie degli esercizi di vicinato, pari a 150mq, ricadenti in detta area e, quin-

di, consentendo l'utilizzo della comunicazione all'apertura solo entro detti limiti. L'efficacia di tale disciplina è stata circoscritta sino alla pubblicazione da parte della regione del documento programmatico generale.

Sempre in assenza del documento programmatico regionale è stata, infine deliberata un'ultima proroga del termine sopra menzionato, fino al 31 dicembre 2002 (Delib. C.C.27 marzo 2002 n.22). In tale delibera sono state, inoltre, inserite anche le librerie quale attività tutelata.

Inoltre, in alcuni quartieri sono previste ulteriori limitazioni all'apertura:

- Esquilino: sono inibiti gli effetti delle comunicazioni o dichiarazioni d'inizio attività per gli esercizi di vicinato aventi ad oggetto rivendita di abbigliamento e calzature del genere casual;
- sempre nella medesima zona (quartiere Esquilino) oltre che nel centro storico è vietata l'attivazione di esercizi di vicinato caratterizzati come hard discount e soft-discount.

3

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizio di vicinato

❖ L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di vendita degli esercizi di vicinato sono soggetti a previa comunicazione al comune competente per territorio e possono essere effettuati dal trentesimo giorno e non oltre il centottantesimo giorno dal ricevimento della comunicazione, fermo restando il rispetto delle determinazioni assunte a tal proposito dal Comune di Roma.

Nella comunicazione di cui sopra, il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 del D.Lgs. 114/1998;
- b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria ed igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche, nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
- c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
- d) l'esito dell'eventuale valutazione di impatto ambientale;
- e) l'indirizzo a cui si desidera ricevere comunicazioni.

La superficie di vendita degli esercizi di vicinato può essere ampliata nel rispetto delle norme in materia edilizia, urbanistica, igienica, sanitaria e sulla sicurezza, previa comunicazione al comune,

da effettuarsi con le modalità di cui alle norme comunali e regionali.

Fermi restando i requisiti igienico-sanitari, negli esercizi di vicinato autorizzati alla vendita dei prodotti è consentito il consumo immediato dei medesimi, a condizione che siano esclusi il servizio di somministrazione e le attrezzature ad esso direttamente adibite.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - L'apertura, l'ampliamento della superficie, realizzati anche tramite concentrazione e accorpamento, il trasferimento di sede delle medie strutture di vendita sono soggetti, previa presentazione della domanda da parte dell'interessato, all'autorizzazione all'esercizio dell'attività rilasciata dal comune.

Nella domanda, redatta sui modelli ministeriali approvati ai sensi dell'art.10 comma 5 D.Lgs.114/98, il soggetto interessato deve indicare, tra l'altro:

- 1) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio e, in caso di centro commerciale, la superficie degli esercizi di vicinato e delle medie strutture presenti, nonché la superficie delle singole attività integrative, se previste;
- 2) la sussistenza delle condizioni di priorità ai fini del rilascio dell'autorizzazione, in conformità alle previsioni del documento programmatico regionale, ovvero delle condizioni di cui in seguito.

Alla domanda devono essere allegate planimetrie, in scala adeguata, della struttura commerciale, nelle quali siano evidenziate le superfici di vendita, l'area dei parcheggi, le principali direttrici di comunicazione viaria e dei trasporti pubblici, nonché una relazione concernente l'impatto dell'esercizio sulla viabilità della zona, nel caso di esercizio con superficie di vendita superiore a mq. 1.000.

Non può essere negata l'autorizzazione al trasferimento di sede, nonché all'apertura ed all'ampliamento della superficie di vendita, a seguito di concentrazione od accorpamento di esercizi già autorizzati, nell'ambito del territorio del medesimo comune, a condizione che non sia ridotto il numero degli addetti complessivamente impiegati negli esercizi originari e sia garantito il reimpiego del personale.

In caso di rilascio contestuale della concessione edilizia e della autorizzazione alla vendita, l'ini-

zio dell'attività di una media struttura deve avvenire entro e non oltre 24 mesi dalla data di rilascio dell'autorizzazione medesima, decorsi i quali la stessa decade, fermo restando, in tutti gli altri casi, l'obbligo di inizio di attività entro 12 mesi dal rilascio dell'autorizzazione, decorsi i quali la stessa è revocata.

In caso di trasferimento dell'esercizio, la restituzione dell'autorizzazione posseduta al comune interessato deve essere contestuale al rilascio della nuova.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie, anche tramite concentrazione e accorpamento, delle grandi strutture di vendita sono soggetti, in base alle norme regionali, alla autorizzazione all'esercizio dell'attività, rilasciata dal comune competente per territorio, su domanda dell'interessato, da trasmettere anche alla Regione ed alla provincia, previo esame della conferenza di servizi. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole espresso dal rappresentante della Regione nell'ambito della conferenza. La Regione, nel determinarsi in merito alle grandi strutture di vendita, tiene conto della finalità di garantire, all'interno di ciascun ambito territoriale, il riequilibrio della rete distributiva.

Nella domanda il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti morali e professionali di cui all'articolo 4, comma 3;
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio. In caso di centro commerciale deve essere indicata la superficie di ciascuno degli esercizi previsti ed il relativo settore merceologico, nonché la superficie delle singole attività integrative, se previste;
- c) la sussistenza delle condizioni di priorità ai fini del rilascio dell'autorizzazione, in conformità alle previsioni del documento programmatico regionale;
- d) l'indirizzo a cui desidera ricevere le comunicazioni.

L'apertura di una grande struttura di vendita, in caso di rilascio contestuale della concessione edilizia e della autorizzazione alla vendita, deve avvenire entro quarantotto mesi dalla data del rilascio dell'autorizzazione ovvero entro dodici mesi dall'ultimazione di tutti i lavori di costruzione, decorsi i quali l'autorizzazione decade, salvo il caso di proroga.

In tutti gli altri casi l'apertura di una grande struttura di vendita deve avvenire entro trentasei mesi dal rilascio dell'autorizzazione, decorsi i quali, l'autorizzazione decade, salvo il caso di proroga.

Alla domanda devono essere allegate:

- a) una planimetria in scala 1:200 dell'esercizio commerciale, nella quale siano evidenziate le superfici di vendita e non;
- b) una planimetria in scala 1:500 dell'area della struttura nella quale sia individuata l'area dei parcheggi per la sosta di relazione, per la movimentazione delle merci e per la viabilità interna ed il verde;
- c) una planimetria in scala 1:2.000 dell'area nella quale siano evidenziate le principali direttrici di comunicazione viaria, i trasporti pubblici e una relazione relativa all'impatto dell'esercizio sulla viabilità della zona;
- d) una relazione tecnico-commerciale contenente i dati che consentano una completa valutazione della struttura commerciale ed in particolare permettano la verifica del rispetto della disciplina di insediamento delle attività commerciali di cui alla presente legge, nonché il rispetto delle prescrizioni degli strumenti urbanistici comunali generali ed attuativi.

Il responsabile del procedimento, nell'ambito della competente struttura comunale, provvede all'acquisizione di tutta la documentazione necessaria ai fini della valutazione dell'iniziativa proposta da parte della conferenza di servizi. Qualora il responsabile del procedimento accerti la carenza di documentazione, ne richiede l'integrazione entro 15 giorni dal ricevimento della domanda, fissando il termine per l'adempimento. In caso di mancata integrazione della documentazione istruttoria il responsabile del procedimento ne dà formale comunicazione alla Regione ed alla Provincia.

In ogni caso l'istruttoria deve concludersi entro sessanta giorni dal ricevimento della domanda.

Non può essere negata, nell'ambito del territorio del comune, l'autorizzazione al trasferimento di sede e l'autorizzazione all'ampliamento della superficie di vendita a seguito di accorpamento di uno o più esercizi autorizzati ai sensi dell'articolo 24 della l. 426/1971, qualora ricorrano le seguenti condizioni:

- a) la superficie di vendita sia uguale a quella originaria, in caso di trasferimento, ed alla somma delle superfici di vendita degli esercizi originari, in caso di accorpamento;

b) il numero degli addetti impiegati nell'esercizio da attivare non sia inferiore al numero di quelli complessivamente impiegati negli esercizi originari e sia garantito il reimpiego del personale preesistente;

- c) siano revocati i titoli autorizzativi relativi agli esercizi originari.

In attuazione di quanto disposto dall'articolo 9 del D.Lgs. 114/1998, il comune interessato indice presso gli uffici regionali competenti in materia di commercio, previa intesa con la Regione e la provincia, da concludersi entro settanta giorni dal ricevimento della domanda, una conferenza di servizi finalizzata al rilascio dell'autorizzazione.

Alla conferenza di servizi partecipano un rappresentante del comune competente al rilascio dell'autorizzazione, un rappresentante della provincia ed un rappresentante della Regione. Alle riunioni della conferenza partecipano, altresì, a titolo consultivo, i rappresentanti dei comuni contermini, delle organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio più rappresentative in relazione al bacino di utenza interessato dall'insediamento. Qualora il bacino di utenza riguardi anche parte del territorio di altra regione confinante, ad essa viene richiesto il parere non vincolante, da rilasciarsi entro 30 giorni dalla richiesta. (questa ipotesi non ricorre per il Comune di Roma).

La conferenza deve essere indetta entro 60 giorni dal completamento dell'attività istruttoria; e comunque entro e non oltre centoventi giorni dal ricevimento della domanda, il relativo accertamento è effettuato dal responsabile del procedimento.

Le decisioni adottate in sede di conferenza di servizi devono conformarsi ai criteri di programmazione urbanistico- commerciale, regionale e comunale ed alle disposizioni del documento programmatico.

Le deliberazioni della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti entro 90 giorni dalla convocazione.

La domanda s'intende accolta ove entro 120 giorni dall'indizione della conferenza non venga comunicato il provvedimento di diniego.

In caso di mancata indizione da parte del comune della conferenza, la Regione convoca in via sostitutiva la conferenza medesima, anche a richiesta della parte interessata.

La richiesta di proroga per le grandi strutture di vendita deve contenere la motivazione del ri-



tardo ed essere presentata al comune nel termine perentorio di 90 giorni precedenti la scadenza dell'autorizzazione, salvo il caso in cui il motivo del ritardo intervenga successivamente a tale termine e comunque entro il periodo di validità dell'autorizzazione stessa. Il comune concede la proroga dopo aver acquisito il parere favorevole della struttura regionale competente in materia di commercio.

Qualora nei termini sopra elencati la superficie di vendita sia realizzata in misura inferiore ai due terzi di quella autorizzata, il comune, previa acquisizione del parere della struttura regionale competente in materia di commercio ove si tratti di grandi strutture, dichiara la decadenza dell'autorizzazione per la parte non realizzata, a condizione che siano comunque rispettate le norme relative all'entità della superficie di vendita della tipologia di struttura autorizzata. Nel caso in cui la riduzione di superficie attivata comporta la realizzazione di una struttura diversamente classificata l'autorizzazione è revocata.

Le attività commerciali devono essere esercitate in conformità all'autorizzazione pena la revoca della autorizzazione stessa.

Il titolare di un esercizio commerciale che sia in attività, organizzato su più reparti, in relazione alla gamma dei prodotti trattati o alle tecniche di prestazione del servizio impiegate, può affidare uno o più reparti, perché lo gestisca in proprio per un periodo di tempo convenuto, ad un soggetto, a condizione che il medesimo sia in possesso dei requisiti di accesso alla attività previsti dall'articolo 5 del D.Lgs. 114/1998, previa comunicazione alla C.C.I.A.A., al comune ed all'ufficio dell'imposta sul valore aggiunto competenti territorialmente avendo riguardo al luogo ove è situato l'esercizio commerciale. Qualora non abbia provveduto a tale comunicazione, risponde dell'attività esercitata dal soggetto stesso. Tale fattispecie non costituisce subingresso.

D) Apertura centro commerciale

❖ Per apertura di un centro commerciale, si intende non solo l'attivazione di un complesso di esercizi concepito e realizzato sulla base di apposito progetto edilizio e commerciale, ma anche l'attivazione di un complesso commerciale funzionalmente unitario, realizzato mediante più operazioni formalmente distinte, di apertura, trasferimento e/o ampliamento e/o concentrazione di attività commerciali preesistenti;

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ Il soggetto richiedente la concessione edilizia relativa all'immobile al quale si riferisce la domanda trasmessa, deve provvedere agli adempimenti connessi al rilascio della concessione stessa entro 90 giorni dalla notificazione della deliberazione conclusiva positiva della conferenza di servizi, pena la decadenza della deliberazione stessa.

Le norme regionali non incidono in modo particolare sulla contestualità del rilascio, prevedendo, sia per le medie sia per le grandi strutture solo l'eventualità di un rilascio contestuale dei due titoli.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

❖ È comunque dovuta, per una sola volta, l'autorizzazione all'ampliamento merceologico per medie e grandi strutture che non comporti aumento di superficie di vendita, a condizione che il richiedente sia in possesso dei requisiti previsti dall'articolo 5 del D.Lgs. 114/1998 e che l'estensione all'altro settore corrisponda ad una superficie massima pari al 5 per cento del settore merceologico già autorizzato, con conseguente riduzione, in pari misura, della superficie di vendita dello stesso. Nel caso di grandi strutture di vendita il rilascio di detta autorizzazione è sempre subordinato al preventivo parere della conferenza di servizi.

4

Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazione territoriale

❖ Le medie strutture di vendita vengono classificate in:

- 1) esercizi con superficie rientrante nella definizione di media struttura (da 150 a 1.500mq. nei comuni con meno di 10.000 ab. e da 250 a 2.500mq. negli altri comuni) per la vendita di prodotti alimentari, non alimentari od entrambi;
- 2) centri commerciali composti da un minimo di quattro esercizi direttamente comunicanti tra loro ovvero situati all'interno di una struttura funzionalmente unitaria che si articola lungo un percorso pedonale di accesso comune, con superficie di vendita complessiva rientrante nella definizione di media struttura di vendita;

B) Criteri qualitativi

❖ Non si rilevano particolari criteri di ordine qualitativo rispetto alle nuove aperture di medie strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

❖ Relativamente alle medie strutture di vendita occorre assicurare che:

- 1) i parcheggi siano dimensionati nella misura minima di mq.1 per ogni metro quadro di superficie di vendita, prevedendo ulteriori parcheggi, nella misura minima di mq.0,50 per ogni metro quadro di ulteriori spazi utili coperti, aperti al pubblico, destinati ad altre attività complementari a quella commerciale, riservando una quota di tale area alle operazioni di carico e scarico delle merci, ove non siano diversamente organizzate, ed agli spazi per i portatori di handicap;
- 2) le aree a parcheggio esterne localizzate al piano terreno siano dotate di alberature di alto fusto di specie tipiche locali nella misura minima di un albero ogni mq. 60 di parcheggio, fatte salve particolari disposizioni di tutela storica ed ambientale;
- 3) il numero di posti auto sia individuato in relazione ad una superficie minima di mq. 20 per ciascun parcheggio di sosta di relazione, con facoltà per i comuni che dispongano di elementi circostanziati sui flussi di utenza riferiti a particolari aree, di ridurre le dotazioni minime dei parcheggi, tenendo conto dei dati oggettivi di analisi, per le seguenti quote:
 - 3.1 la quota parte della domanda di sosta eliminabile tramite l'adozione di adeguate misure di mobilità collettiva;
 - 3.2 la quota parte della domanda di sosta eliminabile inibendo la motorizzazione individuale, in funzione di specifici obiettivi urbanistico-ambientali riguardanti parti della città;
 - 3.3 la quota parte delle domande di sosta che, in quanto originata da usi che coprono fasce orarie diverse, può essere soddisfatta dai medesimi parcheggi.

I comuni, inoltre, nei propri strumenti urbanistici, devono conformarsi, in generale, ai seguenti criteri tesi ad assicurare il raccordo tra:

- 1) parcheggio e viabilità;
- 2) zone di parcheggio, eventualmente diversificate e indipendenti, insistenti sulla viabilità;
- 3) sistemi di accesso interni all'area in cui insistono gli insediamenti commerciali e la viabilità specializzata esterna pedonale, ciclabile o preferenziale, con relativo abbattimento delle barriere architettoniche.

In particolare, poi, per quanto concerne i cri-

teri relativi alla viabilità per le medie strutture di vendita, i comuni devono assicurare che, indipendentemente dalla loro ubicazione:

- 1) nelle zone di espansione e nelle aree soggette a piani attuativi di riqualificazione urbana sia prevista l'apposita zona di parcheggio di pertinenza con le seguenti caratteristiche:
 - a) il raccordo tra parcheggio di pertinenza destinato ai clienti e viabilità pubblica o comunque di accesso sia indipendente e separato da ogni altro accesso;
 - b) il percorso di accesso al parcheggio di cui al numero 1) sia segnalato con chiarezza dalla viabilità principale;
- 2) il raccordo fra parcheggio e viabilità sia costituito da varco carrabile a doppia corsia direzionale e l'entrata e l'uscita siano affiancate, divise e segnalate.

D) Parametri numerici**e/o localizzazioni commerciali**

❖ È previsto che la Regione adotti un documento programmatico generale per l'insediamento delle attività commerciali, con validità triennale, in conformità alle indicazioni della programmazione socio-economica e territoriale vigenti a livello regionale.

Il documento programmatico regionale, non ancora definitivamente adottato, dovrà definire gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali, tenendo conto, ai sensi dell'articolo 6, comma 3, del D.Lgs.114/1998, delle caratteristiche degli ambiti territoriali individuati, nonché delle caratteristiche dei comuni con popolazione residente inferiore a 3.000 abitanti, dei centri storici, delle aree montane, rurali ed insulari e delle aree integrate, individuate, all'interno delle aree sovracomunali e metropolitana.

Il documento definirà, inoltre:

- a) i criteri e le modalità ai fini del riconoscimento delle priorità alle domande di rilascio dell'autorizzazione;
- b) le possibilità di intervento per la valorizzazione degli addensamenti commerciali e per il recupero delle piccole e medie imprese;
- c) le possibilità d'intervento a favore del mantenimento e della ricostituzione del tessuto commerciale nelle zone montane, rurali ed insulari;
- d) gli indici di presenza e di sviluppo da utilizzare da parte dei comuni nel triennio di validità del documento programmatico, per le medie

e grandi strutture di vendita, riferiti a ciascun ambito territoriale, anche in relazione ai programmi di riqualificazione e di recupero urbano.

I comuni, quindi, per ciascun ambito territoriale dovranno provvedere, entro 180 giorni dalla data di pubblicazione del documento programmatico sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio, a definire l'assetto della rete distributiva, sulla base:

- a) della stima dell'offerta di beni e di servizi nei confronti della domanda potenziale;
- b) dell'esame e dell'analisi del comportamento dei consumatori, nonché dei flussi di domanda da località minori, che determinano aree di attrazione commerciale.

Inoltre, la localizzazione delle medie strutture di vendita, è subordinata, attraverso le previsioni da inserire negli strumenti urbanistici comunali, ai seguenti criteri:

- a) tendere a favorire il loro l'insediamento su aree già dotate delle necessarie infrastrutture, anche attraverso l'ampliamento e la trasformazione delle attività già insediate;
- b) tendere al recupero del patrimonio edilizio esistente, ivi compresi i complessi produttivi dimessi, garantendo la tutela e la valorizzazione delle caratteristiche storico-culturali presenti;
- c) perseguire il riequilibrio urbanistico di aree e di tessuti urbani degradati, instabili, da qualificare;
- d) assicurare la migliore accessibilità da parte dell'utenza al fine di ridurre la necessità di mobilità;
- e) tenere conto dell'esistenza o della previsione di realizzazione contestuale delle opere di urbanizzazione primaria necessarie;
- f) tenere conto dell'esistenza di spazi per i parcheggi in quantità adeguata e comunque non inferiore alle misure minime;
- g) favorire l'insediamento di strutture di vendita connesse allo sviluppo della cultura, dell'informazione e delle tradizioni, quali gallerie d'arte, librerie ed esercizi commerciali concernenti prodotti di attività editoriali.

Per le medie strutture di vendita la Giunta Comunale con delibera, transitoria, del luglio 2000 ha approvato un incremento massimo del 10% della superficie complessiva di vendita per l'apertura e l'ampliamento, disponendo l'assegnazione, a seguito di avviso pubblico, di circa 80.000mq entro il 31 dicembre 2000, e la restante parte nel cor-

so dell'anno 2001, così come consentito dall'indice per il rilascio delle autorizzazioni relative alle medie strutture, previsto dalla legge regionale.

Secondo tale previsione, fino alla data di pubblicazione del documento programmatico, le autorizzazioni per l'apertura e l'ampliamento delle medie strutture di vendita possono essere rilasciate dal comune fino al predetto limite massimo di incremento del 10 per cento della superficie complessiva censita come esistente per tale tipologia di esercizi dal comune medesimo.

Nei comuni privi di medie strutture di vendita o nei quali la superficie complessiva di tali strutture non raggiunga i limiti previsti all'articolo 4, comma 1, lettera e) del D.Lgs. 114/1998, è comunque consentita l'attivazione di medie superfici fino a complessivi mq. 1.500 nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti ed a complessivi mq. 2.500 in quelli con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti.

L'iniziativa della Giunta comunale è volta a garantire un graduale inserimento nella rete distributiva di nuove iniziative commerciali.

5

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazione territoriale

Per grandi strutture di vendita si intendono gli esercizi per il commercio al dettaglio su aree private in sede fissa dotate di superficie di vendita superiore a mq. 2.500.

La regione Lazio classifica le grandi strutture di vendita nel seguente modo:

- 1) esercizi fino a mq. 5.000 per la vendita di prodotti alimentari, non alimentari od entrambi;
- 2) esercizi fino a mq. 15.000 per la vendita di prodotti non alimentari;
- 3) centri commerciali di quartiere, composti da un minimo di sei esercizi direttamente comunicanti tra loro o posti all'interno di una struttura funzionalmente unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, con superficie di vendita non superiore a mq. 3.500;
- 4) centri commerciali intersettoriali, composti da un minimo di dodici esercizi in diretta comunicazione tra loro o posti all'interno di una struttura funzionalmente unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, ovvero che si configurino come insieme unitario dell'offerta commerciale e dei servizi connessi, organizzato in superfici coperte e a cielo libero,



e che si presenta all'utente come quadro integrato d'insieme unitariamente fruibile; la superficie di vendita di tali strutture non può essere superiore a mq. 15.000;

- 5) centri commerciali metropolitani, composti da un minimo di venticinque esercizi, organizzati come previsto al numero 4, dotati di una superficie di vendita superiore a mq. 15.000.

Nei centri commerciali con:

- superficie di vendita complessiva inferiore a 45.000 mq., il trentacinque per cento della superficie di vendita del centro stesso deve essere destinato agli esercizi di vicinato;
- superficie di vendita pari o superiore a 45.000 mq. la superficie degli esercizi di vicinato non può essere inferiore a 18.000 mq.

La Regione, al fine di tutelare e riconvertire la rete distributiva preesistente nelle vicinanze dei centri commerciali, incentiva l'accesso nei centri commerciali medesimi delle piccole attività secondo i criteri e le modalità stabilite con provvedimenti della Giunta regionale.

I centri commerciali sono dotati di spazi e servizi comuni ad essi funzionali ed in essi possono essere previste altre attività integrative. Si configura come un insieme unitario rispetto al sistema del traffico, ai parcheggi, ai servizi ad uso collettivo di vario genere e dimensione, presentandosi all'utente come quadro d'insieme dell'offerta commerciale e dei servizi connessi.

B) Criteri qualitativi

- ❖ Non risultano dalla documentazione consultata particolari criteri qualitativi per l'apertura di grandi strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

- ❖ La regione ed il comune hanno fissato i seguenti standard per le grandi strutture di vendita:

- 1) i parcheggi siano dimensionati nella misura minima di mq. 2 per ogni metro quadro di superficie di vendita prevedendo ulteriori parcheggi, nella misura minima di mq.1 per ogni metro quadro di ulteriori spazi utili coperti aperti al pubblico, destinati ad altre attività connesse, riservando una quota di tale area alle operazioni di carico e scarico delle merci, ove non sia diversamente organizzato, ed agli spazi per i portatori di handicap;

- 2) le aree a parcheggio esterne localizzate al piano terreno siano dotate di alberature di alto fusto di specie tipiche locali nella misura minima

di un albero ogni mq. 60 di parcheggio, fatte salve particolari disposizioni di tutela storica ed ambientale;

- 3) il numero di posti auto, individuato in relazione alla superficie minima di parcheggio di sosta di relazione, sia rapportato ad una superficie minima di mq. 20 per ciascun parcheggio.

Relativamente alle zone definite centro storico, o eventualmente alle aree limitrofe, assicurare che:

- a) siano reperiti parcheggi nella misura di 1 mq./mq. di superficie di vendita, in relazione al complesso delle strutture commerciali esistenti e previste, fatta eccezione per gallerie d'arte, per le librerie e per gli esercizi commerciali concernenti prodotti di attività editoriale;
- b) sia previsto l'obbligo, in caso d'impossibilità di raggiungere le quantità di cui al numero 1) per indisponibilità di aree idonee ovvero per ragioni di rispetto ambientale e di salvaguardia delle caratteristiche, della conformazione e delle funzioni della zona stessa, di precisare come siano altrimenti soddisfatti i fabbisogni delle aree di sosta.

Allo stato attuale, non è consentita l'apertura, l'ampliamento e/o il trasferimento di grande struttura di vendita all'interno del "Centro Storico".

In relazione ai criteri per la viabilità, relativamente alle grandi strutture di vendita, assicurare che, indipendentemente dalla loro ubicazione:

- 1) nelle zone di espansione e nelle aree soggette a piani attuativi di riqualificazione urbana sia prevista l'apposita zona di parcheggio di pertinenza con le seguenti caratteristiche:
 - a) il raccordo tra parcheggio di pertinenza destinato ai clienti e viabilità pubblica o comunque di accesso sia indipendente e separato da ogni altro accesso;
 - b) il percorso di accesso al parcheggio di cui al numero 1) sia segnalato con chiarezza dalla viabilità principale;
- 2) il raccordo fra parcheggio e viabilità sia costituito da almeno due varchi carrabili a senso unico separati, opportunamente distanziati e indipendenti tra loro, anche quando insistono sullo stesso tratto viario;
- 3) sia determinato il flusso veicolare di picco con metodo di calcolo basato su simulazioni dei prevedibili flussi generati o attratti nelle ore di punta dalle strutture commerciali, al fine di verificare la compatibilità degli stessi con le den-

sità veicolari ordinarie sulla viabilità esistente e l'efficacia delle soluzioni proposte, quali innesti e svincoli a raso, svincoli delivellati, controstrade e/o formazione di viabilità secondaria di raccordo, in relazione agli specifici contesti territoriali esistenti;

- 4) le simulazioni si basino su dati recenti, rilevati in strutture esistenti utilizzabili per analogia.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Per la localizzazione delle grandi strutture di vendita, i comuni, nei propri strumenti urbanistici, devono conformarsi ai seguenti criteri:

- a) tendere a favorire l'insediamento delle grandi strutture di vendita su aree già dotate delle necessarie infrastrutture;
- b) tendere al recupero del patrimonio edilizio esistente, ivi compresi i complessi produttivi dimessi, puntando alla tutela ed alla valorizzazione delle caratteristiche storico-culturali presenti;
- c) perseguire il riequilibrio urbanistico di aree di frangia costituite da tessuti urbani instabili, da qualificare;
- d) prevedere specifiche disposizioni per garantire la necessaria compatibilità e correlazione tra gli insediamenti industriali, artigianali, direzionali e commerciali;
- e) garantire la funzionalità della scelta localizzata rispetto alla rete di funzioni e di servizi di livello regionale esistenti o in corso di realizzazione, quali strutture ospedaliere, strutture universitarie, centri espositivi, poli di interesse turistico, parchi ed aree protette regionali, impianti tecnologici e del trasporto dell'energia;
- f) assicurare la ottimale accessibilità da parte dell'utenza, al fine di ridurre la necessità di mobilità;
- g) privilegiare la vicinanza alle infrastrutture di livello primario, in particolare agli svincoli stradali ed autostradali, in modo da consentire la massima accessibilità ai complessi stessi;
- h) tenere conto:
 - 1) dell'esistenza o della previsione di realizzazione contestuale delle opere di urbanizzazione primaria necessarie;
 - 2) della fattibilità degli interventi in rapporto alle caratteristiche geologiche, idrogeologiche ed idrauliche dell'area interessata;
 - 3) dell'esistenza di spazi per i parcheggi in quantità adeguata.

Fino all'approvazione del documento programmatico regionale, cui si è accennato ai precedenti punti, le domande concernenti l'apertura, l'ampliamento, l'accorpamento e la concentrazione di grandi strutture di vendita sono esaminate e definite, come per le medie strutture, ai sensi degli indici di "servizio" fissati, in generale, con la Legge regionale 33/99. In ogni ambito territoriale, è, infatti, determinato un indice di servizio che esprime la quantità di metri quadri di superficie di vendita diviso per il numero di abitanti residenti nell'ambito stesso.

Proprio con riferimento a ciò, con Delibera del Cons. Reg. dell'ottobre 2001, la Regione Lazio ha fissato nella misura del 16% l'incremento dell'indice di servizio, in sede di prima applicazione, ai fini della determinazione della superficie di vendita autorizzabile per le grandi strutture, fino alla pubblicazione del più volte citato documento di programmazione.

In particolare, per il Comune di Roma, la superficie di vendita autorizzabile nel periodo è stata determinata nella misura di 40.492 mq.

Il Comune ha, quindi, fissato il termine del 20 marzo 2002 per la presentazione delle istanze di apertura e/o ampliamento delle relative strutture.

Sono comunque previste alcune deroghe al rispetto di tali indici, deroghe applicabili anche nel caso di medie strutture di vendita, e più precisamente:

- 1) le domande di autorizzazione concernenti il trasferimento e l'ampliamento di medie e grandi strutture di vendita, non esaminate entro la data del 24 aprile 1999 per incompletezza dell'istruttoria necessaria alla conclusione del procedimento, sono valutate secondo le procedure disciplinate dalle norme regionali successive, entro 150 giorni dall'adeguamento degli strumenti urbanistici comunali, in deroga agli indici di servizio;
- 2) le domande di autorizzazione concernenti l'apertura di centri commerciali metropolitani, di cui sopra, che siano già stati programmati e localizzati dal comune, anche a seguito di apposito avviso pubblico emanato in data anteriore al 25 aprile 1999, sono valutate dalla conferenza di servizi, in deroga agli indici di servizio;
- 3) le autorizzazioni concernenti le medie e le grandi strutture di vendita, inserite nell'ambito di strutture polifunzionali previste dagli strumenti urbanistici attuativi già approvati al-



la data di entrata in vigore Legge regionale 33/99, o inserite negli interventi oggetto degli accordi di programma e degli strumenti di contrattazione programmata, con prevalenza di superficie destinata ad uso non commerciale, sono rilasciate in deroga agli indici di servizio, qualora:

- a) sia stata definita l'attrattività sovracomunale dell'intervento da parte dell'amministrazione regionale;
 - b) sia verificato l'incremento occupazionale direttamente connesso;
 - c) l'iniziativa presenti un effettivo interesse turistico;
- 4) nelle aree di crisi, già oggetto di leggi regionali di sostegno, al fine di concorrere a fronteggiare le difficoltà produttive ed occupazionali, può essere autorizzata, in deroga agli indici di servizio, la realizzazione dei centri commerciali che siano inseriti come parte complementare di programmi di interventi integrati a forte valenza occupazionale, indirizzati in particolare al settore turistico- ricreativo, ed alla valorizzazione del patrimonio culturale del territorio. Nell'ambito delle procedure di approvazione del programma d'intervento integrato, tale autorizzazione è rilasciata, ferma restando, ove necessario e qualora ne ricorrano le condizioni, la possibilità di applicazione delle disposizioni dell'articolo 27 della L. 142/1990 e successive modificazioni;
- 5) fino alla data di pubblicazione del documento programmatico regionale, le autorizzazioni concernenti le medie e le grandi strutture di vendita previste nell'ambito dei piani di zona di cui alla Legge 18 aprile 1962, n. 167, sono rilasciate in deroga agli indici di servizio;
- 6) le autorizzazioni concernenti le medie e le grandi strutture di vendita previste nell'ambito dei piani urbani di parcheggio di cui all'articolo 6 della Legge 14 marzo 1989, n. 122, già approvati alla data di entrata in vigore della presente legge, sono rilasciate in deroga agli indici di servizio.

urbanistici, possono prevedere specifiche normative atte a regolamentare la localizzazione delle strutture di vendita nell'ambito dei centri storici, attraverso appositi programmi d'intervento, al fine di riqualificare e salvaguardare il tessuto urbano di antica origine, eliminando fenomeni di degrado e di abbandono, ed individuando i limiti per le zone sottoposte ad obbligo di strumento attuativo.

I programmi possono interessare tutta o parte dell'area del centro storico, nonché edifici di interesse storico, archeologico o ambientale, e prevedono la razionalizzazione dei sistemi di fruizione dell'area interessata mediante:

- a) interventi infrastrutturali necessari a garantire l'accessibilità prioritariamente attraverso il mezzo pubblico, realizzando adeguati parcheggi al di fuori del centro stesso e provvedendo allo sviluppo dei servizi di trasporto collettivo;
- b) localizzazione e regolamentazione delle aree pedonali o parzialmente pedonalizzate;
- c) effettuazione di studi per valutare la possibilità di inserimento di nuove funzioni extra-residenziali e definire le porzioni di centro storico da considerare immodificabili;
- d) dotazione di specifici standard per i centri storici ritenuti anche poli di attrazione turistica;
- e) determinazione delle tipologie di attività e delle strutture di vendita qualitativamente rapportabili ai caratteri storici, architettonici ed urbanistici del centro storico, nell'ambito delle tipologie previste come compatibili dal documento programmatico regionale.
- f) comuni con popolazione superiore ai 10.000 abitanti, anche in deroga alle previsioni del documento programmatico regionale, possono prevedere nei programmi di tutela, al fine di rivitalizzare il sistema distributivo, la realizzazione nei centri storici di:
 - 1) centri commerciali, utilizzando immobili esistenti eventualmente soggetti a recupero edilizio, purché la superficie di vendita non sia superiore a mq. 2.000 ed a condizione che almeno il 50 per cento della superficie sia utilizzata da esercizi di vicinato;
 - 2) medie strutture di vendita destinate a gallerie d'arte, a librerie e ad esercizi commerciali di prodotti di attività editoriali.

Per i comuni con popolazione superiore ai 100.000 abitanti, la realizzazione di centri commerciali è consentita purché la superficie di vendi-

Progetti per il centro storico

e/o di riqualificazione urbana

❖ La legge regionale prevede alcuni criteri generali di carattere urbanistico finalizzati alla tutela dei centri storici comunali.

In particolare, i comuni, nei propri strumenti

ta non sia superiore ai limiti previsti per le medie strutture di vendita dall'articolo 4, comma 1, lettera e) del D.Lgs. 114/1998 ed a condizione che almeno il 60 per cento della superficie sia utilizzata da esercizi di vicinato.

Oltre agli elementi appena esposti, la regione Lazio ha rinviato all'approvazione del futuro documento programmatico, la definizione degli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali anche all'interno dei centri storici.

Nelle more dell'approvazione di tale documento, il comune di Roma ha ritenuto necessario adottare disposizioni provvisorie al fine di non pregiudicare la qualità della rete distributiva dei centri e di favorire la più efficace applicazione dei futuri indirizzi regionali.

Il comune ha quindi individuato una zona di particolare interesse ai fini della tutela dei valori storico ambientali e delle tradizioni locali, il cui perimetro risulta coincidente con la zona A; un'altra zona di tutela è caratterizzata da aree di pubblica circolazione sottoposte a particolari e più incisive discipline di tutela.

In tale decisione rientra quanto esposto sopra al numero 2) in ordine ai limiti di efficacia delle comunicazioni per l'apertura di esercizi di vicinato ed ai relativi limiti dimensionali.

Inoltre, le regole provvisorie adottate dal comune prevedono anche forme di tutela per le c.d. botteghe storiche, definite come quei negozi nei quali si sia svolta la medesima attività commerciale o di somministrazione ininterrottamente da oltre 50 anni. In detti esercizi è consentita l'estensione della gamma merceologica per l'intero settore non alimentare purché l'attività tutelata venga esercitata su di una superficie di vendita non inferiore all'80% della superficie di vendita complessiva dell'esercizio e, qualora venga a cessare una delle attività tutelate, nell'esercizio è consentita l'attivazione esclusivamente di una o più delle medesime attività, fermo restando i predetti limiti. Tale vincolo decade solo nei seguenti casi:

- nei locali con destinazione commerciale, che siano rimaste inutilizzati da almeno 5 anni;

- nei locali in cui le suddette attività siano esercitate da meno di 2 anni continuativi, sempreché in precedenza non sia stata svolta un'altra attività protetta per un periodo che, sommato a quello di attività del nuovo esercizio, non superi complessivamente i 2 anni.

Inoltre, il comune di Roma, ha previsto l'emanazione di ulteriore provvedimento in materia di

criteri per la sistemazione dell'illuminazione, vetrine ed insegne esterne ed interne (se visibili dalla strada) dei negozi insediati nelle zone tutelate.

Ciò comporterà, per le nuove aperture, la necessità di un provvedimento autorizzatorio in tal senso.

Il medesimo provvedimento prevederà anche iter procedurali relativi agli elementi di arredo urbano riferiti agli esercizi già in essere. Inoltre, il comune adotterà anche misure specifiche di agevolazione tributaria per gli esercizi già in essere e per i nuovi insediamenti. Solo per gli esercizi di vendita Speciale Oggetti di antiquariato, video, dischi, cartoleria, giocattoli e librerie, non sono applicabili le limitazioni di superficie e non sono necessarie disponibilità di parcheggi al servizio del punto vendita.

7

Urbanistica commerciale

❖ Costituiscono criteri urbanistici generali per la programmazione territoriale degli insediamenti commerciali:

- utilizzo del territorio nei limiti dello sviluppo sostenibile e nel rispetto degli strumenti urbanistici generali ed attuativi, che consenta contemporaneamente pluralità di scelte di aree alle imprese;
- promozione delle componenti produttive del territorio, compatibilmente con la tutela, il recupero e la valorizzazione del paesaggio, dell'ambiente e del territorio rurale e montano, previo studio, ove necessario, dell'impatto ambientale;
- integrazione e riqualificazione socio-economica-territoriale degli insediamenti produttivi e residenziali;
- miglioramento delle modalità di trasporto su tutto il territorio regionale;
- riequilibrio funzionale dei sistemi territoriali locali identificati dal vigente strumento di pianificazione territoriale regionale, assumendoli come riferimento per le analisi del dimensionamento delle varie tipologie di offerta, in relazione anche alla domanda.

I comuni sono tenuti ad adeguare gli strumenti urbanistici generali ed attuativi ed i regolamenti di polizia locale, individuando:

- le aree da destinare agli insediamenti commerciali, con particolare riferimento agli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;



- b) i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali al fine della tutela dell'arredo urbano e dei beni artistici culturali ed ambientali;
- c) i limiti ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- d) i vincoli di natura urbanistica, con particolare riguardo alla disponibilità di spazi pubblici ed alle quantità minime di spazi per parcheggi;
- e) la correlazione tra l'autorizzazione amministrativa alla vendita e la concessione edilizia.

Il comune di Roma, al fine di adeguare i propri strumenti urbanistici, ha deciso di adottare un nuovo Piano Regolatore per la Città. L'iter procedurale del nuovo piano, interrottosi per scioglimento anticipato, a seguito delle dimissioni del Sindaco, della precedente amministrazione comunale, è stato, quindi, ripreso dal nuova Giunta, che si è data l'obiettivo della sua approvazione definitiva entro il primo semestre 2002.

Nel frattempo il comune ha approvato, con delibera di Giunta, nel gennaio 2001 gli "indirizzi per il coordinamento delle attività relative al commercio: analisi, scenari e strumenti di attuazione per la tutela, la riqualificazione e la modernizzazione della rete di vendita della città di Roma", sulla scorta d'indagini, studi ed informazioni raccolte, che hanno permesso di delineare le linee evolutive del commercio romano.

Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di misure specifiche regionali e/o comunali

❖ Non si riscontrano misure specifiche adottate in materia di concorrenza, competitività ed equilibrio tra le diverse tipologie distributive.

Occorre comunque tenere conto del fatto che non si ha ancora a disposizione il documento di programmazione generale della regione. ●

Consistenze									
ROMA	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	1.118	1.528	2.430	1.099	1.499	2.396	-1,7%	-1,9%	-1,4%
Non specializzati	1.614	2.391	2.478	1.486	2.195	2.262	-7,9%	-8,2%	-8,7%
Non specializzati prevalenza alimentare	1.485	2.423	4.517	1.583	2.542	4.832	6,6%	4,9%	7,0%
Non specializzati prevalenza non alimentare	1.067	1.644	1.753	1.032	1.576	1.706	-3,3%	-4,1%	-2,7%
Frutta e verdura	1.293	1.980	2.714	1.233	1.901	2.657	-4,6%	-4,0%	-2,1%
Carne e prodotti a base di carne	1.281	2.029	3.136	1.211	1.923	2.996	-5,5%	-5,2%	-4,5%
Pesci, crostacei, molluschi	247	411	610	255	411	619	3,2%	0,0%	1,5%
Pane, pasticceria, dolciumi	313	494	797	292	475	754	-6,7%	-3,8%	-5,4%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	243	348	463	226	312	427	-7,0%	-10,3%	-7,8%
Tabacco e altri generi di monopolio	929	1.249	1.777	953	1.283	1.849	2,6%	2,7%	4,1%
Altri esercizi specializzati alimentari	680	1.100	2.091	640	1.039	1.904	-5,9%	-5,5%	-8,9%
Farmacie	694	928	1.326	692	935	1.374	-0,3%	0,8%	3,6%
Articoli medicali e ortopedici	101	157	236	101	156	251	0,0%	-0,6%	6,4%
Cosmetici e articoli di profumeria	962	1.331	1.899	977	1.346	1.900	1,6%	1,1%	0,1%
Prodotti tessili e biancheria	381	527	895	385	530	879	1,0%	0,6%	-1,8%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	4.114	5.786	8.571	4.329	6.112	9.018	5,2%	5,6%	5,2%
Calzature e articoli in cuoio	971	1.371	1.995	967	1.380	2.017	-0,4%	0,7%	1,1%
Mobili, casalinghi, illuminazione	1.705	2.467	3.711	1.775	2.552	3.840	4,1%	3,4%	3,5%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	839	1.261	2.008	879	1.325	2.096	4,8%	5,1%	4,4%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	876	1.501	2.899	926	1.570	3.012	5,7%	4,6%	3,9%
Libri, giornali, cartoleria	1.825	2.604	3.623	1.868	2.657	3.693	2,4%	2,0%	1,9%
Altri esercizi specializzati non alimentari	4.460	6.554	9.867	4.682	6.833	10.263	5,0%	4,3%	4,0%
Articoli di seconda mano	158	194	277	165	211	294	4,4%	8,8%	6,1%
TOTALE	27.356	40.278	60.073	27.756	40.763	61.039	1,5%	1,2%	1,6%

Aperture per merceologia

ROMA	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato									
Alim. e non alim. Esercizi	78	107	211	105	133	209	34,6%	24,3%	-0,9%
Mq. vendita	8.642	13.552	28.636	7.833	11.205	17.716	-9,4%	-17,3%	-38,1%
Alimentare Esercizi	478	665	1.078	465	642	903	-2,7%	-3,5%	-16,2%
Mq. vendita	26.563	39.434	65.611	27.411	43.391	58.242	3,2%	10,0%	-11,2%
Non alimentare Esercizi	2.217	2.997	4.658	2.013	2.789	4.045	-9,2%	-6,9%	-13,2%
Mq. vendita	152.860	219.942	362.225	147.692	215.527	315.712	-3,4%	-2,0%	-12,8%
Tabelle speciali Esercizi	24	28	51	30	37	65	25,0%	32,1%	27,5%
Mq. vendita	1.011	1.170	3.354	979	1.321	2.600	-3,2%	12,9%	-22,5%
TOTALE Esercizi	2.797	3.797	5.998	2.613	3.601	5.222	-6,6%	-5,2%	-12,9%
Mq. vendita	189.076	274.098	459.826	183.915	271.444	394.270	-2,7%	-1,0%	-14,3%
Medio									
Alim. e non alim. Esercizi	23	41	68	25	46	72	8,7%	12,2%	5,9%
Mq. vendita	12.317	23.424	40.353	17.168	28.560	42.546	39,4%	21,9%	5,4%
Alimentare Esercizi	2	4	5	1	2	6	-50,0%	-50,0%	20,0%
Mq. vendita	750	2.372	2.822	2.300	2.569	4.781	206,7%	8,3%	69,4%
Non alimentare Esercizi	16	22	43	23	25	52	43,8%	13,6%	20,9%
Mq. vendita	11.722	16.308	33.731	28.373	29.573	60.450	142,0%	81,3%	79,2%
TOTALE Esercizi	41	67	116	49	73	130	19,5%	9,0%	12,1%
Mq. vendita	24.789	42.104	76.906	47.841	60.702	107.777	93,0%	44,2%	40,1%
Grande									
Alim. e non alim. Esercizi	-	1	2	1	3	3	-	200,0%	50,0%
Mq. vendita	-	2.470	7.670	5.692	9.342	9.342	-	278,2%	21,8%
Alimentare Esercizi				1	1	1	-	-	-
Mq. vendita				1.500	1.500	1.500	-	-	-
Non alimentare Esercizi	3	4	6	2	6	8	-33,3%	50,0%	33,3%
Mq. vendita	5.370	8.270	12.070	6.736	16.211	20.638	25,4%	96,0%	71,0%
TOTALE Esercizi	3	5	8	4	10	12	33,3%	100,0%	50,0%
Mq. vendita	5.370	10.740	19.740	13.928	27.053	31.480	159,4%	151,9%	59,5%
TOTALE									
Alim. e non alim. Esercizi	101	149	281	131	182	284	29,7%	22,1%	1,1%
Mq. vendita	20.959	39.446	76.659	30.693	49.107	69.604	46,4%	24,5%	-9,2%
Alimentare Esercizi	480	669	1.083	467	645	910	-2,7%	-3,6%	-16,0%
Mq. vendita	27.313	41.806	68.433	31.211	47.460	64.523	14,3%	13,5%	-5,7%
Non alimentare Esercizi	2.236	3.023	4.707	2.038	2.820	4.105	-8,9%	-6,7%	-12,8%
Mq. vendita	169.952	244.520	408.026	182.801	261.311	396.800	7,6%	6,9%	-2,8%
Tabelle speciali Esercizi	24	28	51	30	37	65	25,0%	32,1%	27,5%
Mq. vendita	1.011	1.170	3.354	979	1.321	2.600	-3,2%	12,9%	-22,5%
TOTALE Esercizi	2.841	3.869	6.122	2.666	3.684	5.364	-6,2%	-4,8%	-12,4%
Mq. vendita	219.235	326.942	556.472	245.684	359.199	533.527	12,1%	9,9%	-4,1%

Aperture per tipologia										
ROMA		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Concentrazione	Esercizi	-	-	2				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	149				-	-	-
Nuovo esercizio	Esercizi	2.159	3.026	4.774	1.912	2.713	3.962	-11,4%	-10,3%	-17,0%
	Mq. vendita	131.149	200.180	339.626	127.629	188.191	281.808	-2,7%	-6,0%	-17,0%
Subingresso	Esercizi	638	771	1.222	701	888	1.260	9,9%	15,2%	3,1%
	Mq. vendita	57.927	73.918	120.051	56.286	83.253	112.462	-2,8%	12,6%	-6,3%
TOTALE	Esercizi	2.797	3.797	5.998	2.613	3.601	5.222	-6,6%	-5,2%	-12,9%
	Mq. vendita	189.076	274.098	459.826	183.915	271.444	394.270	-2,7%	-1,0%	-14,3%
Medio										
Concentrazione	Esercizi				3	3	3	-	-	-
	Mq. vendita				3.205	3.205	3.205	-	-	-
Medio										
Nuovo esercizio	Esercizi	9	16	25	15	19	30	66,7%	18,8%	20,0%
	Mq. vendita	4.687	8.351	11.665	24.682	26.490	35.786	426,6%	217,2%	206,8%
Subingresso	Esercizi	32	51	91	31	51	97	-3,1%	0,0%	6,6%
	Mq. vendita	20.102	33.753	65.241	19.954	31.007	68.786	-0,7%	-8,1%	5,4%
TOTALE	Esercizi	41	67	116	49	73	130	19,5%	9,0%	12,1%
	Mq. vendita	24.789	42.104	76.906	47.841	60.702	107.777	93,0%	44,2%	40,1%
Grande										
Nuovo esercizio	Esercizi	3	5	7	2	8	8	-33,3%	60,0%	14,3%
	Mq. vendita	5.370	10.740	18.740	3.980	17.105	17.105	-25,9%	59,3%	-8,7%
Subingresso	Esercizi	-	-	1	2	2	4	-	-	300,0%
	Mq. vendita	-	-	1.000	9.948	9.948	14.375	-	-	1337,5%
TOTALE	Esercizi	3	5	8	4	10	12	33,3%	100,0%	50,0%
	Mq. vendita	5.370	10.740	19.740	13.928	27.053	31.480	159,4%	151,9%	59,5%
TOTALE										
Concentrazione	Esercizi	-	-	2	3	3	3	-	-	50,0%
	Mq. vendita	-	-	149	3.205	3.205	3.205	-	-	2051,0%
Nuovo esercizio	Esercizi	2.171	3.047	4.806	1.929	2.740	4.000	-11,1%	-10,1%	-16,8%
	Mq. vendita	141.206	219.271	370.031	156.291	231.786	334.699	10,7%	5,7%	-9,5%
Subingresso	Esercizi	670	822	1.314	734	941	1.361	9,6%	14,5%	3,6%
	Mq. vendita	78.029	107.671	186.292	86.188	124.208	195.623	10,5%	15,4%	5,0%
TOTALE	Esercizi	2.841	3.869	6.122	2.666	3.684	5.364	-6,2%	-4,8%	-12,4%
	Mq. vendita	219.235	326.942	556.472	245.684	359.199	533.527	12,1%	9,9%	-4,1%

Applicazione nel territorio del Comune di Roma degli articoli 11 e 12 del D.LGS. 114/98 in materia di disciplina degli orari di apertura e chiusura degli esercizi di vendita al dettaglio

Come già si può evincere dalle schede tecniche pubblicate nel presente testo, il Comune di Roma ha deciso, per l'anno 2002, di approvare una disciplina oraria più rispondente alle esigenze avvertite dalla collettività ed alla vocazione turistica della Città di Roma.

Con ordinanza n.8/02, parzialmente rettificata con successivo provvedimento n.10 del 5/3/2002, il Sindaco del Comune di Roma ha adottato la disciplina oraria per gli esercizi di vendita al dettaglio valevole sul territorio comunale per l'anno 2002 e, comunque, sino alla piena operatività delle disposizioni contenute nell'art.32 della L.R. Lazio n.33/99 per quanto concerne l'applicabilità della disciplina derogatoria di cui all'art.12 D.Lgs.114/98.

Più in dettaglio, con riferimento alla definizione dell'orario giornaliero (art.11 comma 1) si consente a tutti gli esercizi di vendita al dettaglio, ovunque ubicati sul territorio comunale, di scegliere liberamente l'orario di apertura giornaliera tra le 7.00 e le 22.00, fermo restando il rispetto del limite massimo di tredici ore giornaliere.

Per quanto concerne l'apertura nelle giornate dominicali o festive, il Comune di Roma ha fissato disposizioni generali, applicabili su tutto il territorio comunale, e disposizioni particolari per alcune zone di Roma: centro storico e zone limitrofe, zona posta nelle immediate vicinanze di Piazza San Pietro e della Basilica di S. Paolo nonché Ostia.

In generale, si consente l'apertura domenicale facoltativa degli esercizi di vendita al dettaglio su tutto il territorio comunale nella prima domenica di gennaio, nella prima domenica del periodo di effettuazione dei saldi invernali, nell'ultima domenica di marzo (qualora detta domenica coincide con la Pasqua, la facoltà di apertura domenicale è prevista per la domenica antecedente), ed in tutte le domeniche del periodo Aprile/Ottobre.

Con riguardo al Centro Storico si consente l'apertura domenicale facoltativa durante l'intero periodo gennaio - novembre, ad eccezione della domenica di Pasqua.

Gli esercizi di vendita al dettaglio ovunque ubicati sul territorio comunale hanno facoltà di apertura in tutte le giornate dominicali del mese di dicembre.

Sono state inoltre individuate giornate festive in cui è obbligatoria la chiusura su tutto il territorio comunale (1 gennaio, 6 gennaio, ad eccezione degli esercizi di vendita al dettaglio specializzati nella vendita di giocattoli ai quali è consentita l'apertura sino alle ore 13.00, Pasqua, Lunedì dell'Angelo, 25 aprile, 1 maggio, 2 giugno, 29 giugno, 15 agosto, 25 e 26 dicembre).

Sono sottratte al rispetto della sopra esposta disciplina le tipologie di attività di cui all'art.13 comma 1 d.Lgs.114/98.

Sicuramente la presente ordinanza è il frutto di un intenso confronto con le organizzazioni sindacali e di categoria, nonché il punto di equilibrio tra le esigenze della cittadinanza e dei turisti, che numerosi affluiscono a Roma in ogni periodo dell'anno, nonché degli operatori del settore, soprattutto di quelli operanti nella grande distribuzione, senza dimenticare i diritti e le esigenze del personale impiegato nel settore. La scelta operata dal Comune di Roma, trova, comunque, conforto sul piano più prettamente giuridico.

Da un lato, occorre, innanzitutto citare l'art.11 comma 5 del D.Lgs.114/98 ove si conferisce al comune la facoltà di individuare giorni e zone del territorio in cui sia possibile derogare all'obbligo di chiusura domenicale e festiva, sentite, naturalmente, le organizzazioni sindacali di categoria. L'inciso contenuto nel capoverso successivo, costituisce un'esemplificazione, che si potrebbe ritenere a carattere non tassativo, delle ipotesi di deroga



alla chiusura domenicale e festiva.
Infatti, la terminologia utilizzata dal legislatore “detti giorni *comprendono comunque* ...omissis... **nonché** ...” permette di affermare che le ipotesi di deroga non debbano necessariamente essere circoscritte al mese di dicembre ed a altre otto domeniche/festività nel corso degli altri mesi dell'anno.
Piuttosto, come si è proceduto in ordine alla facoltà di chiusura infrasettimanale (art. 11 comma 1 e 4 D.Lgs. 114/98), per l'anno 2002 e comunque sino alla piena operatività dell'art. 12 del D.Lgs. 114/98, nel comune di Roma è stata riconosciuta, con il consenso dei sindacati di categoria, la facoltà di apertura domenicale e festiva di tutti gli esercizi al dettaglio ubicati sul territorio comunale, pur diversificandone l'applicazione per le singole zone del territorio comunale, in considerazione delle differenti esigenze in ciascuna avvertite e assicurando, comunque, la chiusura totale in determinati giorni dell'anno.
Si fa leva sul dato di fatto, quasi inconfutabile, che Roma presenta i connotati di Città d'Arte, oltre che la vocazione turistica, sull'intero territorio comunale.
È opportuno comunque evidenziare che soltanto lo scorso dicembre la Regione Lazio ha provveduto a fissare, in ottemperanza di quanto previsto dall'art. 12 comma 3 D.Lgs. 114/98, i criteri ed i parametri ai fini dell'individuazione dei comuni, delle frazioni e delle località e zone ove possa trovare applicazione la predetta disposizione.
Il Comune di Roma sta reperendo la documentazione occorrente ai fini dell'avvio dell'istruttoria volta al formale riconoscimento di “città d'arte” ai fini della piena operatività dell'articolo 11 comma 3 D.Lgs. 114/98. ●

Comune di Roma - Dipartimento VIII

Politiche del commercio, dell'artigianato e sportello unico dell'impresa

Napoli

Comune di

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ La regione Campania ha inserito l'intero comune di Napoli nell'elenco dei "comuni ad economia prevalentemente turistica e città d'arte". La fascia annua considerata dalla regione come a maggior flusso turistico nell'area di Napoli è quella compresa tra il mese di marzo e quello di gennaio, con esclusione del solo mese di febbraio.

In tale periodo è data, quindi, facoltà agli esercenti di derogare, sull'intero territorio comunale, al previsto obbligo di chiusura domenicale e festiva.

Tuttavia, anche nel mese di febbraio è stata consentita facoltà di deroga, ricorrendo a quanto disposto dal comma 5) dell'articolo 11 del decreto 114/98, che prevede, nella generalità dei casi, la possibilità di scegliere fino ad 8 domeniche l'anno in cui derogare all'obbligo di chiusura.

Se ne deduce che il comune di Napoli ha adottato un regime di notevole liberalizzazione sia con riferimento alle fasce orarie di apertura e chiusura dei negozi, sia alle aperture domenicali e festive, quantomeno per tutto l'anno 2002.

B) Aperture notturne

È demandato al dirigente del servizio la facoltà di concedere per i negozi di vicinato autorizzazioni annuali per l'esercizio dell'attività di vendita in orario notturno, con motivazioni relative a:

- 1) particolari esigenze dell'utenza;
- 2) peculiari caratteristiche del territorio.

In ogni caso gli esercizi autorizzati non potranno essere in numero superiore a 800, dando priorità a quelli che risultino tra loro contigui.

Uguale previsione è stabilita per gli esercizi pubblici.

2

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ La legge regionale della Campania n. 1/2000 prevede che nell'ambito degli strumenti di valorizzazione del centro storico, il comune possa prevedere:

- di sottoporre le comunicazioni di apertura degli esercizi di vicinato a specifiche procedure di valutazione di impatto;
- disporre la temporanea intrasferibilità delle nuove attività sorte nel centro storico, per periodo non superiori a tre anni dal loro insediamento;

- stabilire limiti contenuti di superficie minima e massima per categorie di esercizi la cui eccessiva presenza nel centro storico risulti di comprovato ostacolo al ricambio della rete distributiva;
- stabilire un limite superiore pari a 150 mq. per gli esercizi di vicinato, a prescindere dalla consistenza demografica del comune medesimo;
- disporre vincoli di carattere dimensionale, merceologico o tipologico degli insediamenti delle attività commerciali limitatamente alle aree o agli edifici aventi valenza storico, artistica, archeologica o ambientale non ubicati nel centro storico.

Il comune di Napoli ha, quindi, previsto che nell'ambito della c. d. "zona rossa" (centro storico ed altre zone ad alta concentrazione commerciale, veicolare e perdonale) l'accettazione della comunicazione per l'apertura di un esercizio di vicinato sia sottoposta alle seguenti condizioni (oltre a quelle normalmente richieste- igienico- sanitarie ecc.):

- 1) osservanza delle disposizioni urbanistiche;
- 2) compatibilità territoriale dell'insediamento con il PAC (Piano Attività Commerciali).

Il comune potrà, inoltre, discrezionalmente valutare:

- 1) la compatibilità dell'uso commerciale con gli usi abitativi pregressi, ed in particolare con le eventuali residenze al piano terra con accesso dallo spazio aperto del cortile e/o del giardino;
- 2) forme di tutela per le attività commerciali e gli esercizi pubblici insediati da oltre 20 anni, nel senso che l'attività da insediare non deve comportare alcuna rilevante modifica sulla tipologia pregressa, con l'unica eccezione delle attività commerciali legate ad attività di artigianato di alta qualità che sostituiscano attività del settore alimentare e/o non alimentare;
- 3) la compatibilità della proposta con l'eventuale presenza di siti designati a parcheggio pertinenziale, nei limiti imposti dalle norme in materia.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ **Procedura generale** - Comunicazione di apertura con decorso del termine per la formazione del silenzio-assenso. Secondo il regolamento comunale la comunicazione, finalizzata all'apertura di esercizi di vicinato, è consentita soltanto con riferimento a locali esistenti; si individuano, quindi, due casi:

- 1) struttura esistente e conforme: occorre far riferimento nel modello specifico all'autocertificazione, o al certificato di agibilità, o alla concessione edilizia, o alla concessione in sanatoria o alla domanda di condono, ovvero alle autorizzazioni edilizie o alle denunce di inizio attività effettuate e realizzate. Occorre inoltre esibire la planimetria dell'unità edilizia ed il certificato catastale che consenta di verificare l'individuazione dell'unità immobiliare;
- 2) struttura esistente sulla quale è necessario eseguire interventi di manutenzione ordinaria, straordinaria, di risanamento conservativo, ristrutturazione edilizia, ampliamenti o cambi di destinazione d'uso; in tal caso occorre presentare tutta la documentazione richiesta unitamente all'invio della comunicazione all'apertura.

Nei due casi sopra esposti il comune, qualora si tratti di negozio sito in zona (urbanistica) A "centro storico" valuterà il progetto considerando:

- che siano conservate le aperture sulle facciate esterne ed interne e la tipologia dell'inserimento delle insegne e vetrine;
- che avvenga l'utilizzo del volume interno senza che siano interessati i vani finestra e le volte nonché altri elementi strutturali, architettonici e decorativi presenti.

Il responsabile del procedimento dà avviso dell'avvio del procedimento nel termine di 30 giorni. Decorso tale termine il negozio di vicinato può essere attivato.

Prima dell'apertura il richiedente dovrà ritirare copia della comunicazione presso il servizio commercio al dettaglio e conservarla nell'esercizio.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - Richiesta di autorizzazione (per l'apertura, l'ampliamento ed il trasferimento) su apposito modello da inoltrare al Comune.

Documentazione allegata:

- relazione illustrativa sulle caratteristiche del soggetto richiedente;
- relazione illustrativa sull'iniziativa che si intende realizzare;
- studio sulla presumibile area di attrazione commerciale e sulla funzione che l'insediamento intende svolgere nel contesto socio- economico dell'area;
- studio sull'impatto della struttura sull'ambiente e sul territorio (mobilità, traffico, inquinamento);

- studio sull'impatto della struttura sull'apparato distributivo dell'area di attrazione commerciale;
- in caso di struttura esistente e conforme, planimetria dell'unità edilizia;
- certificato catastale;
- in caso di struttura esistente sulla quale è necessario eseguire interventi di manutenzione ordinaria, straordinaria, risanamento conservativo, ristrutturazione edilizia, ampliamenti o cambi di destinazione d'uso: tutta la certificazione prescritta dalle norme urbanistiche;
- in caso di struttura non esistente: tutta la documentazione prevista per la richiesta delle concessioni/autorizzazioni edilizie.

Il Comune entro 20 gg. dalla domanda richiede le eventuali integrazioni alla documentazione allegata. Il Dirigente dichiara chiusa l'istruttoria entro e non oltre il sessantesimo giorno decorrenti dalla ricezione della domanda.

Decorsi 90 gg. dalla domanda senza che sia stato comunicato l'esito, la domanda si intende accolta, se contenenti tutte le indicazioni previste e debitamente corredate dall'istante di tutti gli allegati di sua spettanza.

Le domande sono esaminate con rispetto dell'ordine cronologico.

Le medie strutture devono essere attivate entro 12 mesi dalla data del rilascio o della formazione del silenzio-assenso. La proroga può essere concessa fino ad un massimo di un anno nei casi di comprovata necessità.

L'autorizzazione per una media struttura di tipo M1 non può essere negata qualora sia frutto di accorpamenti o concentrazioni di più esercizi autorizzati sulla base della legge n.426/71.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - Domanda inoltrata al Comune attraverso apposito modello con allegati:

- relazione illustrativa sulle caratteristiche del soggetto richiedente;
- relazione illustrativa sull'iniziativa che si intende realizzare anche con riferimento agli aspetti organizzativo- gestionali;
- studio sulla presumibile area di attrazione commerciale e sulla funzione che l'insediamento intende svolgere nel contesto socio- economico dell'area;
- studio sull'impatto della struttura sull'ambiente e sul territorio, con particolari riferimenti a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento;

- studio sull'impatto della struttura sull'apparato distributivo dell'area di attrazione commerciale;
- progetto edilizio, comprendente pianta e sezioni nonché destinazione d'uso di aree e locali ovvero planimetrie del locale preesistente;
- piano finanziario complessivo articolato per fasi temporali di realizzazioni nonché di gestione (triennale);
- piano di massima dell'occupazione prevista, articolato per funzioni aziendali e fasi temporali, con indicazioni di iniziative ed esigenze di formazione/riqualificazione degli addetti e dei quadri direttivi intermedi;
- relazione sulle modalità di gestione della funzione acquisti e della logistica con indicazione dei prodotti che si intende acquisire dalla realtà produttiva regionale e delle eventuali esigenze di promozione pubblica per la miglior valorizzazione dei prodotti regionali sui mercati locali;
- tutta la documentazione urbanistico- edilizia a seconda del tipo di interventi da effettuare.

La domanda va inviata contestualmente anche alla Giunta Regionale.

Il Comune dà avviso al richiedente dell'avvio del procedimento; entro 30 gg. provvede ad integrare la domanda attraverso l'apposita modulistica predisposta dalla Regione, e chiede la designazione dei componenti della Conferenza dei Servizi, entro 10 gg. dal ricevimento della documentazione completa.

Il Comune, d'intesa con regione e provincia, indice la conferenza di servizi, fissandone lo svolgimento non oltre 60 gg. decorrenti dall'invio alla regione della documentazione a corredo dell'istanza.

Le delibere della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti entro 90 gg. dalla convocazione ed il rilascio è subordinato al parere favorevole del rappresentante della regione.

Quindi il parere negativo della regione preclude agli altri componenti la conferenza l'espressione del proprio voto.

Dopo 120 gg. dalla convocazione della conferenza senza che ne sia stato comunicato l'esito, le domande si intendono accolte laddove contengano tutte le indicazioni e la documentazione prevista.

Le grandi strutture devono essere attivate entro 18 mesi dalla data del rilascio per almeno i due terzi della superficie autorizzata, per intero entro il termine di 24 mesi.

Il Comune può concedere una sola proroga fi-

no ad un massimo di due anni nei casi di comprovata necessità.

L'ampliamento di una grande struttura di vendita è sempre concesso qualora concorrano le tutte seguenti condizioni:

- l'ampliamento avvenga per concentrazione o accorpamento di esercizi commerciali conteggiati per il valore di 250 mq. ciascuno dell'area funzionale sovracomunale 1;
- l'ampliamento non superi i limiti massimali della tipologia stessa;
- la domanda sia corredata da impegno di reimpiego del personale già operante negli esercizi oggetto dell'accorpamento o della concentrazione;

In tutte le altre ipotesi, l'ampliamento costituisce atto discrezionale assimilabile ad una nuova autorizzazione ed è concedibile solo se compatibile con l'individuazione delle aree nel Piano delle attività commerciali.

D) Apertura centri commerciali

❖ Procedura generale

- Sono disciplinate nello stesso modo di quelle per le medie e grandi strutture di vendita secondo le dimensioni del centro stesso;
- le singole autorizzazioni commerciali o comunicazioni di inizio attività se dichiarate interne al centro, discendono da un unico provvedimento generale rilasciato ad un soggetto promotore e possono essere scaglionate nel tempo;
- è vietata l'apertura di centri commerciali a formazione progressiva senza la relativa autorizzazione: potrà quindi essere denegata la seconda comunicazione relativa allo stesso numero civico o a numeri civici contigui nella medesima strada laddove si possa configurare l'inizio della formazione di un centro commerciale.

È consentita l'apertura di centri commerciali nell'ambito di altre strutture di grande/media distribuzione, di commercio su aree o in mercati pubblici, di vicinato ed esercizi pubblici, senza che debba computarsi tutta la superficie considerata per l'intera rete distributiva, al fine di incentivare la commistione delle diverse tipologie della rete.

E) Contestualità tra autorizzazione commerciale e concessione edilizia

- ❖ Nell'ambito delle procedure autorizzative vengono stabiliti termini coincidenti con il rilascio delle autorizzazioni commerciali e delle concessioni o autorizzazioni edilizie.

C'è, inoltre, un'indicazione specifica contenuta all'articolo 13 comma 3 della legge regionale n.1/2000, che prevede come l'autorizzazione comunale per medie e grandi strutture costituisca atto contestuale al rilascio delle concessioni edilizie relative agli insediamenti commerciali oggetto dell'autorizzazione.

F) Aggiunta o modifica di merceologia

- ❖ L'aggiunta di un settore merceologico non autorizzato in una media o grande struttura di vendita è atto dovuto a condizione che non venga effettuata variazione della superficie di vendita complessiva e salvo che la presenza degli esercizi alimentari, qualora si tratti di tale settore, non sia preclusa nell'area.



Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

- ❖ Le medie strutture di vendita sono suddivise in:
 - **M1 A/M**: medie strutture inferiori per prodotti alimentari o misti aventi superficie netta di vendita compresa tra 250 e 1500 mq.;
 - **M1 E**: medie strutture inferiori per prodotti extra alimentari aventi superficie netta di vendita compresa tra 250 e 1500 mq.;
 - **M2 A/M**: medie strutture superiori anche in forma di centro commerciale, per prodotti alimentari o misti aventi superficie netta di vendita compresa tra 1500 e 2500 mq.;
 - **M2 E**: medie strutture superiori anche in forma di centro commerciale per prodotti extra-alimentari aventi superficie netta di vendita compresa tra 1500 e 2500 mq.

B) Criteri qualitativi

- ❖ Per le medie strutture di vendita sono previste le seguenti caratteristiche qualitative minime:
 - 1) M1 A/M;
 - 2) M1 E;
 - 3) G2 CQ (centri commerciali di quartiere o inter-quartiere: strutture di almeno 6 esercizi posti all'interno di una struttura funzionale ed articolata, fino a complessivi 4000 mq. di superficie di vendita):
 - almeno un servizio igienico ad uso della clientela;
 - 4) M2 A/M M2E:
 - pubblico esercizio di somministrazione di bevande;
 - servizi igienici ad uso della clientela in numero di 1 per ogni 1000 mq.;

- servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap.

Per gli utenti fisicamente impediti devono essere rimosse le barriere architettoniche presenti

Nella zona rossa (centro storico ed altre zone ad alta concentrazione commerciale, veicolare e pedonale) oltre i requisiti sopra elencati gli esercizi devono predisporre progetti di coordinamento con le aree esterne, progetti di mobilità anche non realizzati attraverso l'uso dei parcheggi, programmi di particolare "qualità del servizio", programmi di coordinamento con la rete del vicinato e/o con esperienze di vendita su suolo pubblico.

C) Standard urbanistici

❖ Parcheggi pertinenziali:

• medie distribuzione alimentare:

1,5mq. x mq. di vendita M1 A/M, M2 A/M;

• media distribuzione non alimentare:

0,8mq. x mq. di vendita M1 E, M2 E

Le aree destinate alla sosta di veicoli non potranno avere superficie superiore ai 3000 mq., o dovranno essere intervallate da fasce alberate.

Le zone alberate o arbustive dovranno avere dimensione non inferiore al 20% del totale dell'area.

Tutte le zone di sosta dovranno essere realizzate attraverso sistemi non impermeabilizzanti.

In base all'articolo 14 della legge regionale n.1/2000 le medie strutture possono essere realizzate solo su aree in zone urbanistiche dichiarate compatibili con tale collocazione.

All'interno delle zone omogenee di tipo A e B è possibile prevedere norme che consentano cambi di destinazione d'uso d'immobili esistenti, al fine di collocare attività commerciali e di favorire l'ampliamento o il trasferimento di attività esistenti nella medesima zona.

All'interno delle zone omogenee di tipo A, B e C è possibile prevedere norme che consentano ampliamenti della cubatura esclusivamente per il recupero di locali esistenti situati sotto il piano stradale, al fine di collocare attività commerciali di piccola distribuzione o al fine di favorire l'ampliamento o il trasferimento di attività esistenti nella medesima zona.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ In attesa del termine della fase di controllo da parte della regione del PAC, il comune di Napoli, nell'aprile 2001, ha deliberato, in via transitoria, e con riferimento alle medie strutture di vendita, e sulla base del fatto che:

- è comunque consentito il trasferimento, l'am-

pliamento e l'apertura a seguito di accorpamento o concentrazione delle strutture di vendita di tipo M1 in tutto il territorio comunale;

- sono sospesi ampliamenti, autorizzazioni all'apertura o trasferimenti di strutture M2 fino all'approvazione del PAC;
- il rilascio dell'autorizzazione all'apertura di una media strutture non può essere negato qualora sia frutto di accorpamenti di esercizi di vicinato;
- con altra delibera comunale sono state individuate zone verdi di compatibilità per la medie distribuzione;
- per la categoria M1E è stata sancita la deroga alla sospensione laddove i locali utilizzati siano già adibiti ad attività commerciale prima dell'inseadimento delle nuove strutture;
- tale deroga può essere estesa anche alla categoria M1A/M per le zone verdi di cui sopra;
- è opportuno fissare il numero massimo per il biennio di riferimento regionale (prima fase di programmazione) delle medie strutture M1A/M, stabilendo altresì il numero massimo delle strutture M1E e delle strutture M2;
- che nella prima fase di programmazione il PAC di Napoli fissa, per le medie strutture di vendita, i seguenti parametri numerico-quantitativi:
 - a) 8 strutture M1 A/M;
 - b) 16 strutture M1E;
 - c) 2 strutture M2 A/M;
 - d) 4 strutture M2 E

5

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

- ❖ Le grandi strutture di vendita sono suddivise in:
 - **G1 A/M:** ipermercati, strutture di vendita fino a 5000mq. per la vendita di prodotti alimentari e non alimentari;
 - **G1 E:** strutture di vendita fino a 15000 mq. per la vendita di soli prodotti non alimentari;
 - **G2 CQ:** centri commerciali di quartiere o interquartiere, strutture commerciali di 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, fino a 4000 mq. di vendita;
 - **G2 CI:** centri commerciali inferiori, strutture commerciali di almeno 8 esercizi commerciali con le caratteristiche di cui al punto precedente;
 - **G2 CS:** centri commerciali superiori, strutture commerciali di almeno 12 esercizi commerciali, con le caratteristiche di cui al punto precedente,

con superficie maggiore di 15000mq. fino ad un massimo di 25000mq.;

- **G ACP:** centri commerciali costituiti da aggregazioni commerciali polifunzionali. Dette aggregazioni devono essere costituite da almeno 6 esercizi appartenenti alle grandi e medie strutture ed esercizi di vicinato, con singole superfici di vendita fino a 5000 mq., nonché da attività produttive artigianali e di servizi.

I comuni, invece, vengono suddivisi in 5 classi demografiche:

- 1) comuni con popolazione superiore ai 50.000 ab.;
- 2) comuni con popolazione compresa tra i 30.001 ed i 50.000 ab.;
- 3) comuni con popolazione compresa tra i 10.001 ed i 30.000 ab.;
- 4) comuni con popolazione compresa tra i 3001 ed i 10.000 ab.;
- 5) comuni con popolazione inferiore ai 3000 ab.

B) Criteri qualitativi

❖ Le Grandi strutture di vendita di tipo G1 A/M, G1 E, G2 CQ devono contenere:

- pubblico esercizio di somministrazione di alimenti e bevande;
- almeno un servizio igienico ad uso della clientela per ogni 1000 mq. di superficie di vendita;
- almeno un servizio igienico a disposizione dei portatori di handicap;
- servizi di pagamento bancomat;

Le Grandi strutture di vendita di tipo G2 CI devono contenere:

- pubblico esercizio di somministrazione di alimenti e bevande;
- servizi di pagamento bancomat;
- attività artigianali in numero di almeno 4 (es.: parurucchiere, estetista, calzolaio, riparazioni, ecc.);
- servizi igienici ad uso della clientela in numero di 1 per ogni 1000mq. di superficie di vendita o frazione superiore a 500mq.;
- servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap;

Le Grandi strutture di vendita di tipo G2 CS, G ACP devono contenere:

- spazi organizzati per intrattenimento bambini;
- pubblici esercizi di somministrazione di alimenti e bevande in numero di almeno 2;
- agenzia di affari e commissioni;
- servizi di pagamento bancomat;
- attività artigianali in numero di almeno 4;
- agenzia di viaggi e turismo;
- servizi igienici ad uso della clientela in numero di 1 per ogni 1000mq. di superficie di vendita o frazione superiore a 500mq.;

- servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap.

Per i portatori di handicap devono essere eliminate le barriere architettoniche presenti.

Nella zona rossa (centro storico ed altre zone con particolare concentrazione commerciale, veicolare e pedonale), oltre ai requisiti sopra riportati le grandi strutture ed i centri commerciali devono predisporre progetti di coordinamento con le aree esterne, progetti di mobilità anche non realizzati attraverso l'uso di parcheggi, programmi di particolare "qualità del servizio", programmi di coordinamento con la rete del vicinato e/o con esperienze di vendita su suolo pubblico.

C) Standard urbanistici

❖ *Grande distribuzione non alimentare:*

2mq. x mq. di superficie di vendita - G1 E;

Grande distribuzione mista:

2,5mq. x mq. di superficie di vendita - G1 A/M;

Centri commerciali inferiori e superiori:

3mq. x mq. di superficie di vendita - tutte le G2 e G, G ACP

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ La legge regionale n.1/2000 stabilisce che fino al primo gennaio 2002, la compatibilità territoriale delle grandi strutture di vendita è soggetta ai contingentamenti di superficie, determinati per le rispettive aree sovracomunali omogenee, in cui la medesima legge locale, sulla base del decreto nazionale di riforma, suddivide il territorio regionale.

Oltre detto termine si prevede che ogni due anni la Giunta regionale, su indicazione dell'Osservatorio regionale, determini il nuovo contingente di superficie ammissibile per le grandi strutture di vendita. Il 20% del contingente stabilito, per il primo biennio, è stato riservato al recupero ed innovazione delle piccole e medie imprese già operanti sulle specifiche aree.

In sede di prima applicazione della legge n.1/2000, con riferimento all'area metropolitana di Napoli, è stata prevista la seguente quota di programmazione:

- **88.576 mq.:** superficie di vendita già esistente;
- **170.068 mq.:** nuova superficie di vendita, già impegnata sulla base di progetti in itinere;
- **81.492 mq.:** nuova superficie disponibile;
- **53.964mq.:** superficie di vendita relativa ai nulla-osta rilasciati sulla base della precedente disciplina e non ancora attivati al primo gennaio 2000.

L'articolo 6 comma 6 della legge regionale 1/2000, dispone, inoltre, che per l'insediamento delle medie e grandi strutture di vendita occorre verificare alcune compatibilità territoriali.

In ciascuna classe di comuni, sopra descritte, sono consentiti solo specifici insediamenti commerciali per tipologia e superficie. In particolare, per i comuni di prima classe (superiori ai 50.000ab.), in cui rientra l'area di Napoli, è consentito l'insediamento dimensionale dei seguenti tipi di GD:

- **G1 A/M:** da 2.500 a 5.00 mq.;
- **G1 E:** da 2.500 a 15.000 mq.;
- **G2 CQ:** da 2.500 a 3.500 mq.;
- **G2 CI:** da 2.500 a 15.000 mq.;
- **G2 CS:** da 15.000 a 25.000 mq.;
- **G ACP**

Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ In premessa alla delibera della giunta comunale con cui viene approvato il PAC (piano attività commerciali), si sostiene la necessità di adottare azioni plurime a favore del centro storico. In particolare, è previsto il mantenimento degli esercizi commerciali preesistenti e la valorizzazione del ruolo sociale e di aggregazione del commercio, favorendo la permanenza ed il rafforzamento delle attività commerciali o una maggiore presenza nei casi in cui queste sono carenti.

Si è prevista, inoltre, la possibilità di ristrutturazioni e riorganizzazioni anche con l'unificazione di più unità immobiliari e cambiamenti di destinazione d'uso. I problemi di arredo urbano, di pedonalizzazione, di accessibilità e parcheggi, essenziali per la vivibilità dei centri storici e per la vivacità del commercio, si prevede vengano affrontati per aree ristrette con progetti concreti di collaborazione tra Ente Locale, operatori commerciali e pubblicitari e proprietari immobiliari.

Dalla documentazione inviata non si è in possesso di notizie relative a concrete misure già adottate a sostegno e rilancio del centro storico.

Urbanistica commerciale

❖ Il Comune intende utilizzare lo strumento della variante di PRGC per armonizzare le indicazioni relative allo sviluppo del settore commerciale, con la più generale gestione del territorio. Il Piano di strumento integrato del P.R.G., come già accennato, è definito PAC (Piano delle attività commerciali).

L'idea di fondo è quella di ubicare strutture commerciali evitando le localizzazioni isolate che possano attirare esclusivamente un'utenza motorizzata con mezzi privati e, comportando, quindi, un'eccessiva necessità di parcheggi, ed un notevole consumo del territorio con elevato traffico veicolare.

Il sistema della programmazione commerciale, nelle intenzioni degli amministratori, dovrebbe essere profondamente innovato a seguito dei provvedimenti adottati, collegando tale pianificazione ad una più ampia visione dell'urbanistica, del ruolo del territorio urbanizzato e delle vocazioni delle città.

La pianificazione tenderebbe, in sostanza, a divenire pianificazione delle funzioni in senso generale piuttosto che gerarchizzazione funzionale dello spazio in cui debbano prevalere un determinato settore di attività (industriale, artigianale, commerciale, ecc.)

Il Comune di Napoli ha quindi elaborato una delibera contenente gli indirizzi per il PAC. Tale delibera individua il processo di elaborazione del progetto sulla città e del metodo che si intende perseguire.

Occorrerà dunque valutare gli effetti di una tale impostazione e la sua armonicità anche rispetto alle specifiche misure di programmazione numerico-quantitativa adottate.

Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Specifiche misure regionali e/o comunali

❖ La legge regionale n. 1/2000 all'articolo 3 comma 2 dispone il contingentamento periodico della superficie di vendita per l'apertura di grandi strutture di vendita per ogni specifica area sovracomunale omogenea o diversa zonizzazione che si reputi necessaria.

Tutto ciò al fine di consentire un equilibrato sviluppo di tutte le forme distributive, salvaguardando il principio di libero accesso al mercato, gli interessi dei consumatori, i livelli occupazionali garantiti da tutte le imprese della distribuzione commerciale.

Nessun'altra disposizione e/o disciplina specifica in materia di concorrenza è rintracciabile nella legge regionale.

Gli strumenti comunali non prendono direttamente in considerazione gli aspetti relativi alla concorrenza, dando, correttamente, maggior preminenza agli indirizzi urbanistici e di gestione e sviluppo del territorio. ●

Consistenze

NAPOLI	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	377	957	2.039	366	964	2.073	-2,9%	0,7%	1,7%
Non specializzati	129	286	456	121	260	412	-6,2%	-9,1%	-9,6%
Non specializzati prevalenza alimentare	1.455	4.299	8.945	1.461	4.340	9.181	0,4%	1,0%	2,6%
Non specializzati prevalenza non alimentare	142	375	655	131	354	655	-7,7%	-5,6%	0,0%
Frutta e verdura	735	1.849	3.193	739	1.843	3.197	0,5%	-0,3%	0,1%
Carne e prodotti a base di carne	1.201	3.705	6.917	1.182	3.617	6.770	-1,6%	-2,4%	-2,1%
Pesci, crostacei, molluschi	308	883	1.464	312	895	1.475	1,3%	1,4%	0,8%
Pane, pasticceria, dolci	295	717	1.293	303	729	1.295	2,7%	1,7%	0,2%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	314	561	800	314	560	807	0,0%	-0,2%	0,9%
Tabacco e altri generi di monopolio	528	1.083	2.206	538	1.095	2.262	1,9%	1,1%	2,5%
Altri esercizi specializzati alimentari	1.642	3.703	5.593	1.577	3.519	5.326	-4,0%	-5,0%	-4,8%
Farmacie	354	719	1.437	351	707	1.435	-0,8%	-1,7%	-0,1%
Articoli medicali e ortopedici	114	228	410	118	246	448	3,5%	7,9%	9,3%
Cosmetici e articoli di profumeria	609	1.457	2.786	595	1.479	2.825	-2,3%	1,5%	1,4%
Prodotti tessili e biancheria	400	820	1.563	386	805	1.548	-3,5%	-1,8%	-1,0%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	3.345	8.121	13.847	3.510	8.544	14.670	4,9%	5,2%	5,9%
Calzature e articoli in cuoio	788	1.682	2.784	806	1.741	2.923	2,3%	3,5%	5,0%
Mobili, casalinghi, illuminazione	1.282	3.216	5.904	1.291	3.321	6.105	0,7%	3,3%	3,4%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	653	1.494	2.889	683	1.571	3.054	4,6%	5,2%	5,7%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	604	1.736	4.031	622	1.745	4.118	3,0%	0,5%	2,2%
Libri, giornali, cartoleria	964	2.195	3.916	992	2.243	4.047	2,9%	2,2%	3,3%
Altri esercizi specializzati non alimentari	3.299	7.633	12.916	3.372	7.913	13.560	2,2%	3,7%	5,0%
Articoli di seconda mano	138	222	299	140	229	321	1,4%	3,2%	7,4%
TOTALE	19.676	47.941	86.343	19.910	48.720	88.507	1,2%	1,6%	2,5%

Aperture per merceologia									
NAPOLI	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato									
Alim. e non alim. Esercizi	34	134	252	20	80	214	-41,2%	-40,3%	-15,1%
Mq. vendita	2.545	16.991	33.500	1.930	7.711	19.434	-24,2%	-54,6%	-42,0%
Alimentare Esercizi	357	885	1.530	249	617	1.195	-30,3%	-30,3%	-21,9%
Mq. vendita	19.197	54.156	96.471	8.786	26.724	58.548	-54,2%	-50,7%	-39,3%
Non alimentare Esercizi	1.496	3.844	6.446	1.037	2.855	5.679	-30,7%	-25,7%	-11,9%
Mq. vendita	71.686	207.271	371.909	50.372	158.534	341.920	-29,7%	-23,5%	-8,1%
Non rilevabile Esercizi	1	2	2	-	-	2	-	-	0,0%
Mq. vendita	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tabelle speciali Esercizi	25	53	67	17	35	57	-32,0%	-34,0%	-14,9%
Mq. vendita	715	1.791	4.433	486	985	2.198	-32,0%	-45,0%	-50,4%
TOTALE Esercizi	1.913	4.918	8.297	1.323	3.587	7.147	-30,8%	-27,1%	-13,9%
Mq. vendita	94.143	280.209	506.313	61.574	193.954	422.100	-34,6%	-30,8%	-16,6%
Medio									
Alim. e non alim. Esercizi	-	3	22	2	5	19	-	66,7%	-13,6%
Mq. vendita	-	1.838	10.282	1.348	3.136	9.203	-	70,6%	-10,5%
Alimentare Esercizi	-	-	1	2	2	3	-	-	200,0%
Mq. vendita	-	-	500	662	662	1.097	-	-	119,4%
Non alimentare Esercizi	2	4	4	3	3	7	50,0%	-25,0%	75,0%
Mq. vendita	2.230	2.680	2.680	3.170	3.170	4.655	42,2%	18,3%	73,7%
TOTALE Esercizi	2	7	27	7	10	29	250,0%	42,9%	7,4%
Mq. vendita	2.230	4.518	13.462	5.180	6.968	14.955	132,3%	54,2%	11,1%
Grande									
Alim. e non alim. Esercizi	-	-	1	-	-	1	-	-	0,0%
Mq. vendita	-	-	2.820	-	-	3.546	-	-	25,7%
Non alimentare Esercizi	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Mq. vendita	-	1.900	1.900	-	-	-	-	-	-
TOTALE Esercizi	-	1	2	-	-	1	-	-	-50,0%
Mq. vendita	-	1.900	4.720	-	-	3.546	-	-	-24,9%
TOTALE									
Alim. e non alim. Esercizi	34	137	275	22	85	234	-35,3%	-38,0%	-14,9%
Mq. vendita	2.545	18.829	46.602	3.278	10.847	32.183	28,8%	-42,4%	-30,9%
Alimentare Esercizi	357	885	1.531	251	619	1.198	-29,7%	-30,1%	-21,8%
Mq. vendita	19.197	54.156	96.971	9.448	27.386	59.645	-50,8%	-49,4%	-38,5%
Non alimentare Esercizi	1.498	3.849	6.451	1.040	2.858	5.686	-30,6%	-25,7%	-11,9%
Mq. vendita	73.916	211.851	376.489	53.542	161.704	346.575	-27,6%	-23,7%	-7,9%
Non rilevabile Esercizi	1	2	2	-	-	2	-100,0%	-100,0%	0,0%
Mq. vendita	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tabelle speciali Esercizi	25	53	67	17	35	57	-32,0%	-34,0%	-14,9%
Mq. vendita	715	1.791	4.433	486	985	2.198	-32,0%	-45,0%	-50,4%
TOTALE Esercizi	1.915	4.926	8.326	1.330	3.597	7.177	-30,5%	-27,0%	-13,8%
Mq. vendita	96.373	286.627	524.495	66.754	200.922	440.601	-30,7%	-29,9%	-16,0%

Aperture per tipologia

NAPOLI		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Concentrazione	Esercizi	-	-	1				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	60				-	-	-
Nuovo esercizio	Esercizi	1.658	4.441	7.501	1.044	3.088	6.381	-37,0%	-30,5%	-14,9%
	Mq. vendita	77.787	243.917	442.300	48.138	167.384	377.257	-38,1%	-31,4%	-14,7%
Subingresso	Esercizi	255	477	795	279	499	766	9,4%	4,6%	-3,6%
	Mq. vendita	16.356	36.292	63.953	13.436	26.570	44.843	-17,9%	-26,8%	-29,9%
TOTALE	Esercizi	1.913	4.918	8.297	1.323	3.587	7.147	-30,8%	-27,1%	-13,9%
	Mq. vendita	94.143	280.209	506.313	61.574	193.954	422.100	-34,6%	-30,8%	-16,6%
Medio										
Concentrazione	Esercizi	-	-	1	-	-	1	-	-	0,0%
	Mq. vendita	-	-	300	-	-	332	-	-	10,7%
Nuovo esercizio	Esercizi	1	4	8	1	3	16	0,0%	-25,0%	100,0%
	Mq. vendita	1.100	2.438	4.548	494	1.297	7.012	-55,1%	-46,8%	54,2%
Subingresso	Esercizi	1	3	18	6	7	12	500,0%	133,3%	-33,3%
	Mq. vendita	1.130	2.080	8.614	4.686	5.671	7.611	314,7%	172,6%	-11,6%
TOTALE	Esercizi	2	7	27	7	10	29	250,0%	42,9%	7,4%
	Mq. vendita	2.230	4.518	13.462	5.180	6.968	14.955	132,3%	54,2%	11,1%
Grande										
Subingresso	Esercizi	-	1	2	-	-	1	-	-	-50,0%
	Mq. vendita	-	1.900	4.720	-	-	3.546	-	-	-24,9%
TOTALE	Esercizi	-	1	2	-	-	1	-	-	-50,0%
	Mq. vendita	-	1.900	4.720	-	-	3.546	-	-	-24,9%
TOTALE										
Concentrazione	Esercizi	-	-	2	-	-	1	-	-	-50,0%
	Mq. vendita	-	-	360	-	-	332	-	-	-7,8%
Nuovo esercizio	Esercizi	1.659	4.445	7.509	1.045	3.091	6.398	-37,0%	-30,5%	-14,8%
	Mq. vendita	78.887	246.355	446.848	48.632	168.681	387.815	-38,4%	-31,5%	-13,2%
Subingresso	Esercizi	256	481	815	285	506	778	11,3%	5,2%	-4,5%
	Mq. vendita	17.486	40.272	77.287	18.122	32.241	52.454	3,6%	-19,9%	-32,1%
TOTALE	Esercizi	1.915	4.926	8.326	1.330	3.597	7.177	-30,5%	-27,0%	-13,8%
	Mq. vendita	96.373	286.627	524.495	66.754	200.922	440.601	-30,7%	-29,9%	-16,0%

Urbanistica delle opportunità: l'esperienza del PAC di Napoli

Per valutare le esperienze delle città in materia di applicazione della nuova normativa del commercio, è stato necessario il lavoro di un gruppo di monitoraggio sullo “stato dell’arte” in ogni singola realtà del Paese: ognuno di noi è stato invitato, altresì, a riferire sulle questioni più controverse, sulle esperienze più significative, sulle eventuali difficoltà incontrate nella propria esperienza di ente territoriale.

Per quanto concerne il Comune di Napoli il tema che ha suscitato la più grande attenzione è stato, senza alcun dubbio, quello del rapporto, tra intreccio e contrapposizione, con la pianificazione urbanistica.

Mi piacerebbe perciò fare un breve intervento sul tema che, peraltro, ha costituito oggetto di studi, ricerche, seminari ed interventi autorevoli proprio per la difficoltà della sovrapposizione tra le due forme di pianificazione, aggravata dalla mancanza, negli operatori, di una specifica preparazione tecnica sulla materia urbanistica.

Fin dalla prima lettura delle norme sull’argomento, si poteva prevedere che la programmazione dell’attività commerciale attraverso una pianificazione qualitativa, così come configurata dal decreto legislativo 114/98, avrebbe presentato degli aspetti di contenuto positivo e degli aspetti di contenuto negativo. Infatti, in senso positivo, si poteva ottenere una programmazione qualitativamente più pregnante di quella basata su un mero contingente numerico, ma, in senso negativo, si potevano ripercorrere nella pianificazione della rete commerciale tutti i limiti tipici dell’attività di pianificazione urbanistica.

In altri termini per individuare le aree, scegliere i luoghi della città da destinare al commercio o in cui impedire tale attività, in una parola, per “programmare” l’inserimento nel contesto

urbano della funzione commerciale, si dovevano ripercorrere le problematiche tipiche delle scelte urbanistiche, quali l’individuazione dei siti, le “varianti”, i piani integrati, gli accordi di programma, i nessi con l’attività autorizzatoria edilizia.

Il compito era stimolante e, quindi, da un lato si è tentato di affinare le prospettive e precisare gli obiettivi sul piano concettuale, dall’altro si è subito concretamente operato iniziando la stesura del Piano delle attività commerciali di Napoli che, per la verità, per mesi è stato definito P.U.C. (Piano Urbanistico Commerciale) ed, in seguito, è stato denominato P.A.C., Piano delle attività commerciali, proprio per sottolineare che, in esso, si disciplinano le imprese, il lavoro, le attività legate al commercio in tutte le sue tipologie ed in tutti i momenti del suo evolversi ed articolarsi. Questa modifica terminologica non ha costituito un fatto meramente formale, ma è derivata dalla consapevolezza che bisognava abbandonare la visione tecnica dell’Urbanistica, per seguire fino in fondo la ratio della riforma del commercio, senza dubbio protesa alla liberalizzazione, alla valorizzazione della funzione commerciale e al riconoscimento della valenza degli insediamenti commerciali sullo sviluppo economico e sociale, sul problema occupazionale, ma anche, e soprattutto, sulla riqualificazione della città. Ed, infatti, l’impianto della pianificazione urbanistica, così come disegnato dalla legge n.1150 del 1942, non ha assolutamente funzionato sia per la sua stessa impostazione di piani che si susseguono (a cannocchiale) sia per la difficoltà dei procedimenti.

Sul piano urbanistico, al Piano Regolatore Generale la legge attribuisce contenuti di grande zonizzazione edilizia riferita ad una tipologia funzionale delle zone stesse, di localizzazione di

impianti e di servizi pubblici, di riserva di aree per opere ed impianti pubblici e di delineazione della viabilità. Lo strumento di attuazione del P.R.G. dovevano essere, poi, i piani particolareggiati di esecuzione, che avevano la funzione di sviluppare le indicazioni generali, senza porsi in contraddizione con queste ultime, specificando i dettagli dell'intervento urbanistico che precedeva la fase dell'esecuzione edilizia.

I piani attuativi, purtroppo, non sono stati quasi mai approvati e, venuta a mancare questa fase di attuazione programmatica prevista dalla legge, lo sviluppo urbanistico, anche in presenza di un PRG, è rimasto sottoposto all'arbitrio, senza alcun controllo di merito da parte delle amministrazioni comunali e senza alcuna articolazione nella realtà imprenditoriale. L'impostazione a cannocchiale (previsione generale per la zona, piano particolareggiato per l'edificazione dei volumi e delle infrastrutture) già poco funzionale nei primi quaranta anni di attività di pianificazione urbanistica, diventava assolutamente inadeguata quando le città erano già per intero edificate e si trattava di pianificare il recupero, il riutilizzo, il riordino dell'assetto territoriale e non il destino di aree identificate: era evidente che lo stesso zoning perdeva di significato dinanzi a città in cui il centro storico, le zone di edificazione recente, le zone di edilizia popolare, le zone industriali, i poli artigianali, i centri direzionali esistevano già nei fatti, al di là ed indipendentemente dalle previsioni urbanistiche, mentre non esistevano più aree libere da "destinare".

Il sistema è rimasto, tuttavia, immutato nella sostanza.

Il trasferimento delle competenze urbanistiche alle Regioni e l'individuazione di strumenti sempre nuovi (piani di recupero nel 1978, piani di riqualificazione urbanistica nel 1992, accordi di programma, piani integrati di intervento etc.), pur derivando dalla consapevolezza di un fallimento del meccanismo ideato nel 1942, non sono riusciti a scalfire le impostazioni tradizionali per le quali ogni sia pur minima innovazione sull'assetto tradizionale e sclerotizzato dello zoning e delle norme di attuazione costituiva "variante urbanistica" ed ogni scelta sul territorio comportava l'avvio del complesso procedimento della "scelta urbanistica".

In altri termini si è registrato che, anche laddove il legislatore ha compiuto degli sforzi per studiare

istituti e modelli validi, gli enti locali e gli operatori si sono sentiti autorizzati a costruirsi ciascuno un'interpretazione propria, da valere non solo sul piano "culturale", ma da applicare anche in pratica.

È accaduto, così, che non siano stati recepiti o addirittura siano stati rifiutati gli strumenti offerti dal legislatore per superare la paralisi urbanistico edilizia, l'abusivismo e l'incontrollato utilizzo del territorio. E ciò è tanto più grave dove si comprometta per tale via la manutenzione, la ristrutturazione, la ricostruzione dell'esistente che, in ultima analisi, è patrimonio comune della collettività sia perché il degrado dei singoli edifici diventa, con l'andar del tempo, degrado della città, sia perché si peggiora la qualità della vita sia, infine, perché si vanno a prevedere interventi di nuova edilizia e, quindi, ulteriore distruzione del verde e delle aree libere ancora esistenti.

Se invece di comprendere lo spirito delle leggi che nell'ultimo ventennio sono andate a scalfire i principi fondamentali della legge urbanistica del 1942 e, sia pure in maniera non sistematica e talvolta confusa, hanno introdotto innovazioni di portata tale da sovvertire i criteri di pianificazione e di gestione dell'urbanistica, si tenterà di riportare tutto e sempre nei canoni tradizionali della gerarchia dei piani, ogni sforzo sarà stato inutile e si continuerà a perpetuare l'attuale paralisi di pianificazione pubblica.

Tale paralisi, ovviamente, si converte nel superamento degli enti pubblici e nell'incontrollata realizzazione delle attività private che, soprattutto se indirizzate ad attività produttive, commerciali ed economiche, non hanno alcuna possibilità di attendere i tempi lunghissimi di amministrazioni che si auto-paralizzano nel senso che, involgendosi in meccanismi interpretativi, non riescono a realizzare sul proprio territorio neanche gli interventi che hanno deciso di realizzare nella loro qualità di enti pubblici.

Quest'evenienza si era andata drammaticamente profilando anche nell'attuazione del decreto legislativo 114/98 nel quale, in sostanza, il legislatore ha inteso indicare ai Comuni un percorso agevole per organizzare bene l'insediamento commerciale nel territorio utilizzando i negozi di vicinato come occasione di rivitalizzazione dei centri storici e la media e grande distribuzione come strumenti di ordinato sviluppo della rete commerciale in collegamento

con la viabilità, i parcheggi, le possibilità di sviluppo di un quartiere e di integrazioni di funzioni in zone che rischiano il degrado proprio a causa della loro monofunzionalità (167 prive dei requisiti di vivibilità ordinari nel duemila solo perché le funzioni insediabili sono state programmate nei primi anni sessanta, centri direzionali desertificati negli orari di chiusura degli uffici etc.).

Per realizzare questo intento il decreto legislativo Bersani ha imposto ai Comuni di localizzare le aree idonee per gli insediamenti commerciali e di provvedere di conseguenza ad adeguare i propri strumenti urbanistici.

Il legislatore ha parlato di adeguamento degli strumenti urbanistici generali ed attuativi per segnalare una necessità di localizzazione, di riconoscimento dell'insediabilità della funzione commerciale nell'una o nell'altra area della città e, volutamente non ha parlato di "difformità" dagli strumenti urbanistici né di "adottare o approvare varianti urbanistiche".

Tecnicamente la scelta del decreto legislativo Bersani è assolutamente corretta, anche in una visione di stretta interpretazione letterale della norma urbanistica.

Infatti, le "zone omogenee" cui i Piani regolatori delle città fanno riferimento sono, in linea di massima e salvo specificazioni, essenzialmente quelle definite dal D.m. 1444/1968:

- 1) *zona A*: gli agglomerati di carattere storico, artistico e di particolare pregio ambientale
- 2) *zona B*: parti del territorio totalmente o parzialmente edificate
- 3) *zona C*: parti del territorio destinate a nuovi complessi insediativi
- 4) *zona D*: parti destinate ad insediamento di impianti industriali o assimilabili
- 5) *zona E*: parti destinate ad usi agricoli
- 6) *zona F*: parti destinate ad attrezzature ed impianti di interesse generale

Per queste zone i piani fissano in sostanza le modalità di intervento edilizio sull'esistente consentite e vietate, l'edificazione consentita, i volumi realizzabili nel complesso e le infrastrutture indispensabili per rispettare gli standard (verde, parcheggi, scuole, attrezzature sanitarie ed ospedaliere).

In pratica l'oggetto di tutela della pianificazione urbanistica è la realizzazione di volumi edilizi sul territorio e la previsione di servizi ed infrastrutture adeguati ai volumi realizzati.

In genere, ed è ovvio, tranne che per riferimenti di larga massima, è indifferente all'urbanistica la specifica funzione della singola struttura edilizia, a condizione che le strutture abbiano poi le quantità minime di "servizi" previste come obbligatorie dal citato decreto ministeriale 1444 e da ciò deriva che la funzione commerciale, nella sua distribuzione territoriale, non trova quasi mai una specifica disciplina. Talvolta se ne accenna, qua e là nella normativa, ma non certo sistematicamente ed elaborando una programmazione territoriale per la funzione commerciale.

Inoltre, essendo gli istituti giuridici cui fa riferimento il decreto legislativo 114/98 delle innovazioni, sicuramente in nessun Comune, ancorché avesse disciplinato la funzione commerciale, si troveranno, nelle norme di attuazione dettate in generale e per zone e sottozone di piano, spazi per una localizzazione del vicinato, della media e della grande distribuzione già come tali definiti.

In questo senso il decreto legislativo ne dispone l'adeguamento, essenzialmente per determinare che i Comuni localizzino la funzione commerciale, tenendo conto delle più generali problematiche connesse all'organizzazione territoriale.

Nonostante questi chiari intendimenti tra gli operatori e, soprattutto da parte delle Regioni, si è iniziato a parlare di piani urbanistici, di varianti, di aree destinate al commercio, di norme di attuazione e così via, riprendendo i temi cari all'urbanistica del 1942, oggi superati anche tra gli specialisti di quella disciplina.

E, tuttavia, il decreto legislativo non ha ipotizzato la zona del vicinato, la zona della media distribuzione e la zona della grande distribuzione, ha solo previsto l'insediabilità della funzione nelle varie zone del Comune senza variarle urbanisticamente.

Il Centro storico rimarrà tale anche se, ovviamente, si disciplinerà l'insediamento nello stesso della funzione commerciale, e così l'area di espansione rimarrà zona C, l'edificato recente zona B e la zona degli insediamenti produttivi zona D.

Una 167, la zona dell'edilizia residenziale pubblica, rimarrà tale, anche se il Comune decide di consentire che si insedino nel quartiere popolare, negozi di vicinato, centri commerciali o di media e grande distribuzione.

Se, di contro, un'area ineditata con destinazione agricola dovesse essere destinata alla realizzazione di un manufatto edilizio per l'inserimento di una grande distribuzione è evidente che occorrerebbe variante al PRG, ma non per la previsione della grande distribuzione, bensì per la previsione di edificare X mc per Y mq in zona in cui non erano ammesse nuove cubature.

Si è parlato, quindi, di "urbanistica commerciale" per sintetizzare in una locuzione questa trasformazione della programmazione per tabelle e per ambiti in una programmazione definita mediante scelte sul territorio delle nostre città, ma si è poi verificato che occorre andare avanti, imparare a riconnettere i due termini, evitare il pericolo di elaborazioni scisse e di teorizzazioni che potrebbero determinare discrasie e divergenze.

Per giungere a questi risultati si sono operate alcune verifiche e si è constatato che le città erano dal punto di vista territoriale inospitali verso la produzione e il commercio, innestando processi di espulsione dal proprio territorio di molti stabilimenti che facevano parte del tessuto urbano e sociale ed esponendosi ad un forte impoverimento di capacità professionale ed imprenditoriale.

Si è, quindi, ritenuto che, per evitare ciò, il progetto globale per la città doveva essere accessibile alla realtà produttiva, valutandone le compatibilità ambientali, soprattutto in rapporto ai nuovi dispositivi europei cui le industrie in un prossimo futuro dovranno adeguarsi (eco-label, ecoaudit), governando i servizi sia pubblici sia privati, modernizzandoli e migliorandoli, fornendo grande supporto con contenuto innovativo alle produzioni, soprattutto dal punto di vista tecnologico e rafforzando la diffusione dei risultati nel sistema delle imprese.

Il progetto dell'ambiente urbano, alla luce della normativa dello Sportello Unico e della riforma del commercio, non doveva più essere una sequenza di edifici che rispettano i fili, i limiti dimensionali prestabiliti e regolamentati.

Diventava invece, necessario tracciare un percorso progettuale per rispondere alla necessità della committenza (amministrazione, attuatori, utenti, mercato) in condizioni che via via si modificano e a cui forse diversi soggetti dovranno rispondere; bisognava leggere le contraddizioni urbane salvaguardandosi dalla

tentazione di cercare risposte forti, risolventi e definitive agli interventi sulla città, e valutando la necessità di rispondere alle aspettative della collettività tutta.

Spettava alla pianificazione delle attività produttive e del commercio elaborare un'urbanistica di "opportunità" cioè individuare i luoghi e i procedimenti per consentire realmente, in tempi certi, l'insediamento, l'ampliamento, la modernizzazione e la riqualificazione delle attività.

In questo contesto il Decreto Bersani si presentava come un'occasione storica per i Comuni realmente interessati ad effettuare un salto di qualità ed a passare da una definizione quantitativa ad una pianificazione degli insediamenti commerciali che fosse in grado di migliorare la qualità dell'attività commerciale stessa, nel senso e con gli obiettivi indicati dal legislatore statale e, nel frattempo la qualità della vita dei cittadini, dell'ambiente urbano di riferimento, dei sistemi spaziali e di trasporto collegati all'insediamento del commercio.

E l'occasione era tanto più propizia perché, accompagnandosi ad una generale liberalizzazione delle attività private, consentiva all'ente pubblico di dismettere la sua natura, sia pure marginale, di controllore e autorizzatore tipica dello Stato di polizia, per assumere i connotati dello Stato sociale ed intervenire, proficuamente, ad indirizzare le scelte, disincentivando quelle dannose per lo sviluppo del comparto e per l'equilibrio territoriale ed urbano ed incentivando quelle idonee a costituire motivo di armonico sviluppo delle attività commerciali e di equilibrato insediamento di piccola e medio- grande distribuzione, soprattutto laddove le scelte stesse consentivano anche di mitigare la congestione urbana e le inevitabili alterazioni che si sono prodotte nell'espansione verso le periferie delle nostre città.

Certamente le riflessioni e i metodi per giungere all'elaborazione dei criteri e degli indirizzi da parte delle Regioni e alla pianificazione vera e propria da parte dei Comuni dovranno essere articolati e complessi se gli enti locali non vogliono svuotare di contenuto la grande portata innovativa della riforma e ridurre il loro intervento ad una trasposizione, in chiave aggiornata, ma sostanzialmente immutabile, di concetti e tecniche che sembrano aver esaurito la

loro valenza. Non si tratta più di definire ambiti e quantità, né di limitarsi a verificare requisiti oggettivi e soggettivi, si tratta di innestare processi di pianificazione in cui il ruolo degli enti locali possa emergere decisamente ed indirizzare gli investimenti dei privati in forme e in siti utili al contesto sociale ed economico più generale.

Il processo di pianificazione è una sequenza logica di attività e di procedure coordinate che riguardano:

- identificazioni dei problemi e delle opportunità
- determinazione degli obiettivi da raggiungere
- raccolta dei dati e analisi dell'ambiente
- sviluppo delle ipotesi di progetto
- informazione e coinvolgimento delle comunità interessate
- progettazione
- attuazione e gestione del piano.

I Comuni possono e devono senz'altro procedere nel loro lavoro, in modo che, dopo l'emanazione degli indirizzi regionali si debba effettuare solo la progettazione finale, disponendo di tutti i dati e gli elementi per far sì che le opportunità offerte non siano teoriche, ma rispondano ai bisogni e agli interessi della collettività, siano praticabili a livello infrastrutturale e dei servizi e si possano concretare in uno sviluppo armonico ed equilibrato dell'attività commerciale, in perfetta sintonia con la salvaguardia dei centri storici, delle periferie e dell'ambiente urbano inteso in senso lato.

Sul piano della gestione del commercio nella grande città l'ente pubblico, con un'intelligente pianificazione urbanistica e commerciale dovrà:

- incentivare gli insediamenti commerciali nelle periferie, laddove li ritenga idonei sia al conseguimento degli obiettivi di equilibrio domanda-offerta, sia capaci di rivitalizzare il luogo urbano, mediante l'individuazione di aree o di volumi dismessi in cui consentire con procedimenti celeri l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita in grado di "animare le periferie"
- evitare vaste aree aggregate che, da un lato, richiedono la concentrazione di troppi esercizi commerciali e dall'altro isolano l'area stessa dal contesto circostante
- confermare, nella sostanza, il concetto che la "destinazione commerciale" va "spalmata" su tutta la città individuando aree non eccessivamente vaste, ma diffuse in tutti o molti quartieri
- incentivare gli insediamenti di negozi di vicinato in aree che ne risultassero sfornite o prive, con-

sentendo con apposite normative regolamentari semplificative, il mutamento di destinazione d'uso e la manutenzione ordinaria o straordinaria, nel presupposto che il "negoziato" se qualitativamente accettabile, serve a migliorare la vivibilità dei quartieri sia sul piano commerciale, sia, e forse anche di più, dal punto di vista urbanistico tout court

- disincentivare la caotica apertura di nuove strutture di vendita prive di qualità nei centri antichi e nelle aree di particolare pregio urbanistico, consentendo i necessari interventi edilizio-urbanistici solo per i negozi tradizionali, l'artigianato, l'artigianato artistico e, comunque, strutture di grande qualità, idonee ad un inserimento armonico nel contesto urbano, valutando la qualità dell'investimento privato in tutti i suoi aspetti, anche di arredo urbano.

Il Comune di Napoli ha lavorato in questa direzione e tutto ciò ha portato a due risultati concreti:

- a una normativa non di solo vincolo ma protesa alla costruzione di una cultura capace di condurre la trasformazione innescata dal piano
- ad una pianificazione di opportunità in cui viene lasciato libero spazio alla progettualità imprenditoriale e alle forme di organizzazione ed aggregazione sul territorio delle esigenze dei cittadini; il piano intende fissare solo gli elementi per la comprensione del luogo e il percorso da compiere per la sua attuazione e, quindi, le norme non vogliono imporre vincoli ma suggerire opportunità.

Non è stato un lavoro semplice né può dirsi definito, ma la nostra speranza è di aver contribuito a tracciare un percorso, ad innovare un metodo, ad aprire alcune riflessioni che potrebbero essere utili alla pianificazione commerciale, ma forse ancor di più alla pianificazione urbanistica.

Ida Alessio Verni

Bari

Comune di

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Con Ordinanza del dicembre 2001 il comune di Bari, incluso dalla regione Puglia nell'elenco delle località ad economia turistica, ha stabilito, per l'intero anno 2002:

- che tutti gli esercenti i sede fissa possono derogare liberamente agli obblighi di chiusura domenicale e festiva, nonché al turno di chiusura infrasettimanale, sull'intero territorio comunale;
- che gli orari giornalieri di apertura e chiusura sono compresi nella fascia che va dalle ore 07.00 alle ore 22.00, per un periodo non superiore alle 13 ore giornaliere.

B) Aperture notturne

Non si è a conoscenza di provvedimenti adottati dal comune di Bari in materia di apertura notturna degli esercizi commerciali.

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ La regione con regolamento dell'aprile 2001, oltre che con la legge n. 24/99, ha stabilito che i co-

muni per la valorizzazione e tutela dei centri storici possono:

- sottoporre le comunicazioni di apertura e chiusura degli esercizi di vicinato alle procedure di valutazione di impatto commerciale, al fine di selezionare le attività più consone all'immagine ed alla funzione del centro storico così da incentivarle con apposite agevolazioni;
- prevedere attività commerciali a contenuto merceologico limitato, e disporre il divieto di vendita di determinate merceologie qualora ciò costituisca grave ed evidente contrasto con la tutela di valori artistici, storici o ambientali o all'immagine del centro storico.

Dalla documentazione ricevuta, non si è in grado di valutare la misura entro cui tali poteri siano stati esercitati nell'ambito del territorio comunale di Bari.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ **Procedura generale** - sulla base della documentazione inviata, non risulta che la regione Puglia ed il comune di Bari abbiano previsto misure

derogatorie in materia di procedimento autorizzatorio per l'apertura, trasferimento ed ampliamento di esercizi di vicinato.

Occorre dunque far riferimento alla disciplina generale contenuta nel D.Lgs. n.114/98.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ È in via di adozione un regolamento comunale in materia di procedure autorizzatorie per l'apertura, il trasferimento, l'ampliamento, accorpamento e concentrazione delle medie strutture di vendita. Tale regolamento sarà armonizzato con i principi e criteri stabiliti, sul tema, dalla regione con regolamento del marzo 2001.

Detta normativa prescrive per il rilascio dell'autorizzazione all'apertura, al trasferimento di sede, all'estensione del settore merceologico, all'ampliamento della superficie la presentazione di specifica domanda al comune utilizzando l'apposita modulistica.

I comuni dovranno stabilire, in sede di regolamento, la documentazione da allegare all'istanza, i dati necessari, i termini, i casi di sospensione ed integrazione e quelli rifiuto della domanda stessa.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ **Procedura generale** - con delibera del luglio 2001 la giunta regionale ha adottato alcune misure relative al processi autorizzatori in materia di grandi strutture di vendita.

Per l'apertura, il trasferimento di sede, il mutamento del settore merceologico e l'ampliamento di grandi strutture di vendita il richiedente deve presentare apposita domanda che il comune trasmette alla regione ed, in copia, alla provincia, allegando la seguente documentazione:

- 1) relazione a firma del richiedente e controfirmata dal comune competente per il visto di congruità alle leggi e regolamenti vigenti in materia di programmazione ed urbanistica commerciale, corredata da adeguata cartografia dell'iniziativa; in particolare la relazione deve contenere:
 - descrizione delle caratteristiche dell'esercizio o centro commerciale con riferimento agli indirizzi regionali contenuti nella legge n. 24/99 e successivi regolamenti;
 - descrizione e rappresentazione cartografica della zona di insediamento commerciale ove è ubicato l'intervento nonché degli strumenti comunali di programmazione adottati ai sensi delle disposizioni regionali;

- relazione della tutela della dinamica concorrenziale circa l'impatto economico ed ambientale dell'intervento nel rispetto delle finalità di cui alla legge regionale 24/99;
- eventuali informazioni relative alla sussistenza di un progetto di qualificazione urbana o di rivitalizzazione delle realtà minori adottati dal comune;
- eventuali dichiarazioni circa la sussistenza di criteri di priorità previsti dalle norme regionali;
- indicazioni circa l'adozione da parte del comune di provvedimenti previsti dalle norme regionali;
- ogni altra informazione utile per la valutazione della congruità della richiesta agli indirizzi generali ed ai criteri regionali di programmazione urbanistica commerciale.

- 2) Progetto definitivo dell'intervento conforme a quello presentato al comune firmato da professionista abilitato alla progettazione costituito dalla planimetria dell'area, in scala non inferiore a 1:500, contenente la rappresentazione della situazione di fatto e di progetto e da piante prospetto e sezioni del fabbricato, in numero adeguato ed in scala 1:100 o comunque nella scala prescritta dal regolamento edilizio comunale ai fini del rilascio della concessione edilizia.

Il progetto in ogni caso deve prevedere:

- il fabbisogno totale dei posti auto, la relativa superficie complessiva, la relativa dislocazione ed organizzazione spaziale;
- il fabbisogno dei servizi pubblici;
- la superficie complessiva, la quantificazione numerica, la relativa dislocazione ed organizzazione spaziale delle aree da destinare a parcheggi;
- la superficie complessiva, la relativa dislocazione ed organizzazione spaziale, delle aree da destinare a verde pubblico;
- le opere di urbanizzazione esistenti e previste;
- le aree per il carico e scarico delle merci, la loro quantificazione dettagliata e la relativa dislocazione ed organizzazione spaziale;
- i collegamenti con la viabilità generale, gli accessi ed i percorsi veicolari e pedonali;
- la quantificazione dettagliata e la relativa dislocazione ed organizzazione spaziale nell'ambito degli edifici delle superfici di vendita e quelle destinate ai servizi;
- tabella riassuntiva della superficie totale espressa in mq. relativa all'area oggetto dell'in-



tervento suddivisa in:

- superficie coperta destinata alla sola vendita;
 - superficie coperta destinata ai servizi, i magazzini, le zone di lavorazione, i servizi (igienici, tecnologici, spogliatoi) le gallerie pedonali di accesso ai punti di vendita (piazze, mall), zone di deposito di carrelli, ogni altra attività terziaria e non connesse all'insediamento commerciale;
 - superficie scoperta destinata alla viabilità e piazzali;
 - superficie scoperta destinata a verde e pubblico;
 - superficie coperta destinata a parcheggio;
 - superficie scoperta destinata a parcheggio.
- relazione tecnico progettuale a firma del progettista contenente:
 - descrizione del progetto relativo all'intervento con indicazione della superficie lorda di calpestio, delle superfici destinate alla vendita, ai magazzini e/o depositi ed altre attività non commerciali connesse all'insediamento ed alle eventuali gallerie commerciali;
 - superficie territoriale dell'ambito dell'intervento;
 - dimensione del lotto di pertinenza dell'insediamento;
 - descrizione dettagliata del computo degli standard relativi alla dotazione di parcheggi;
 - tavola riepilogativa progettuale di inquadramento generale con la dislocazione dettagliata del fabbisogno delle relative superfici in scala non inferiore a 1:500.
- 3) relazione stragiudiziale che asseveri la conformità delle opere in progetto alle prescrizioni delle norme e dei piani urbanistici ed edilizi vigenti ed adottati dal comune;
 - 4) certificato di destinazione urbanistica relativo all'area o all'immobile interessato;
 - 5) copie di eventuali convenzioni o atti di impegno unilaterale già sottoscritti;
 - 6) idonea documentazione relativa all'impatto sulla viabilità corredata da soluzioni progettuali che rendano ammissibile l'insediamento commerciale attraverso il controllo e la correzione di eventuali parametri negativi;
 - 7) all'istanza deve essere altresì allegata anche sotto forma di auto certificazione la seguente documentazione:
 - dichiarazione contenente gli estremi della concessione edilizia riferita all'iniziativa commerciale in oggetto qualora il richiedente ne sia già in possesso;

- ogni autorizzazione, nulla osta, concessione, licenza, parere, intesa e atto di assenso, comunque denominato, indispensabile e preventivo rispetto alla istanza di autorizzazione, di competenza di enti terzi (compreso il parere della commissione igienico-edilizia).

La regione ricevuta l'istanza entro 30 giorni provvede a controllarne l'esattezza e la completezza, eventualmente, in caso di necessità d'integrazione, interrompendo i termini e consentendo all'istante di procurare la necessaria documentazione integrativa.

La provincia sulla base delle proprie competenze esamina la documentazione ricevuta dal comune e predispone la relazione tecnica da trasmettere in sede di conferenza di servizi, ove la provincia medesima partecipa con diritto di voto insieme alla regione ed al comune o ai comuni interessati.

La delibera della conferenza dei servizi è adottata a maggioranza entro 90 giorni dalla data di convocazione.

In caso di esito positivo il comune, che ha indetto la conferenza, provvede al rilascio della richiesta di autorizzazione entro 30 giorni dalla data della delibera stessa.

Il comune di Bari non ha adottato alcun provvedimento modificativo o anche solo di adeguamento alla procedura sopra descritta.

D) Apertura centro commerciale

❖ Per i centri commerciali le procedure autorizzatorie seguono l'andamento di quelle previste per le medie e/o le grandi strutture di vendita a seconda che il centro rientri nell'una o altra tipologia sotto il profilo dimensionale.

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ Le norme regionali prevedono che, al fine di quanto disposto dall'articolo 6, comma 2, lettera d), del D.Lgs. 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 D.Lgs. 114/1998.

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.

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 standards urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato o risultante dall'ampliamento.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

❖ Secondo le recenti disposizioni regionali indirizzate ai comuni, costituisce ad ogni effetto apertura di nuovo esercizio commerciale l'inizio della vendita di prodotti compresi in un nuovo settore merceologico non compreso nella precedente comunicazione e autorizzazione di apertura.

L'operatore che in base alla comunicazione o autorizzazione di apertura, è abilitato a vendere i prodotti di uno solo dei due settori merceologici, ha facoltà di vendere, in un'unica confezione ed ad un unico prezzo anche prodotti appartenenti all'altro settore purché il valore di mercato di questi ultimi non superi un quarto del valore di mercato dell'intera confezione.

Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ Le medie strutture vengono suddivise, dalle norme regionali, nelle seguenti tipologie:

- **M1 medie strutture inferiori:** esercizi aventi superficie di vendita compresa tra 251 e 900 mq. nei comuni di classe I e II e tra 151 e 600 mq. nei comuni di classe III e IV;
- **M2 medie strutture superiori:** esercizi aventi superficie compresa tra 901 e 2500 mq. nei comuni di classe I e II e tra 601 e 1.500 mq. nei comuni di classe III e IV.

I Comuni sono stati, infatti, 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.

Non vi sono particolari incompatibilità territoriali con riferimento alle medie strutture di vendita.

Il comune di Bari, come sopra accennato, non risulta aver adottato ancora alcun provvedimento in materia di criteri, parametri e limiti al rilascio delle autorizzazioni finalizzate all'apertura di medie strutture di vendita.

B) Criteri qualitativi

❖ Non si riscontrano specifici criteri qualitativi necessari all'insediamento di medie strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

❖ La dotazione di aree private destinate a parcheggio è stabilita dalla regione nelle seguenti misure:

- a) per le medie e grandi strutture di vendita ubicate nelle aree di centro storico, nella misura stabilita nei piani di parcheggi del Comune 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;
- c) tale disciplina dettata con norme regionali resta sostituita nel momento in cui il comune approva il piano comunale parcheggi.



tipologia	superficie di vendita	metodo di calcolo del num. posti parcheggio
GSM1	2.501-4.500	$N=245+0,20(S-2.500)$
GSE1	2.501-3.500	$N=40+0,08(S-900)$
GSE2	3.501-4.500	$N=40+0,08(S-900)$
GCC1	fino 6.000	$NCC=N+N^{\wedge}$
GCC2	6.001-12.000	$NCC=N+N^{\wedge}$

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.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Come sopra esposto, non si dispone di alcun provvedimento comunale relativo alla programmazione delle medie strutture di vendita.

La regione con il provvedimento del marzo 2001 ha, comunque, dettato ai comuni i criteri su cui basarsi per programmare, triennialmente, lo sviluppo delle medie strutture sul territorio.

I comuni devono perseguire:

- la modernizzazione del sistema distributivo e l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie di vendita;
- il principio della libera concorrenza attraverso una pluralità di alternative di scelta per gli operatori;
- la nascita di nuove iniziative attraverso processi di riconversione e razionalizzazione delle strutture distributive esistenti;
- la qualificazione dei servizi per le zone periferiche e di nuovo insediamento;
- l'adeguata previsione di aree e destinazioni d'uso compatibili con l'insediamento delle strutture commerciali.

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazioni territoriali

❖ Le grandi strutture sono suddivise, dalla regione, nelle seguenti tipologie:

- **G1 – grandi strutture inferiori:** esercizi aventi superficie compresa tra 2501 e 7500mq. nei comuni di classe I e II e tra 1501 e 4500 mq. nei comuni di classe III e IV;
- **G2 – grandi strutture superiori:** esercizi aventi superficie di vendita maggiore di 7.500mq. e fino a 10.000mq. nei comuni di classe I e II, oppure maggiore di 4.500mq. e fino a 7.500 mq. nei comuni di classe III e IV;

Centri commerciali di vicinato: quelli nei quali gli esercizi considerati singolarmente rientrano nella dimensione degli esercizi di vicinato salvo l'eventuale presenza di una media struttura; la superficie di vendita degli esercizi di vicinato deve essere almeno pari al 30% della superficie complessiva del centro commerciale di vicinato.

B) Criteri qualitativi

❖ Non risultano particolari criteri qualitativi per l'insediamento di grandi strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

❖ Per la dotazione prevista di aree parcheggio e verde pubblico occorre fare riferimento alla tabella riportata più sopra alla lett. C) del numero 4.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Sulla base di quanto finora disposto dalla Regione, al fine di favorire l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive e di permettere un uso razionale e programmato del territorio, l'apertura ed il trasferimento delle grandi strutture di vendita sono consentiti nei comuni la cui ampiezza demografica, espressa dalla classe di appartenenza di cui sopra alla lett. A) del numero 4, risulti compatibile con la tipologia dimensionale e la categoria merceologica dell'esercizio o del centro commerciale, secondo le seguenti specifiche:

- **Classe I – comuni con più di 50.000ab.:** nessuna struttura incompatibile;
- **Classe II – comuni con più di 10.000ab. e fino a 50.000:** incompatibilità per le grandi strutture G2/A;
- **Classe III – comuni con più di 3.000ab. e fino a 10.000:** incompatibilità per le grandi strutture G2/A, G2/B e G1/A;
- **Classe IV – comuni con meno di 3.000 ab.:** incompatibilità per grandi strutture di vendita di qualsiasi tipo.

Tali vincoli, ad ogni modo, non trovano applicazione:

- per i comuni della classe III e IV, confinanti con comuni della classe I e della medesima Provincia ed a questi equiparati;
- per i comuni collegati da autostrada o da altra via a scorrimenti veloce, idonee ad ampliare notevolmente il bacino di utenza per le strutture di vendita di maggior dimensione.

Al fine, inoltre, di individuare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita idonei a garantire un rapporto equilibrato con la popolazione residente, per un periodo triennale la regione ha approvato interventi di apertura di nuove grandi strutture di vendita configurate come unico esercizio o centri commerciali, nell'ambito dell'area comunale di Bari, in particolare:

- 1 grande struttura alimentare e 2 grandi strutture extra alimentari.

Più specificamente, i valori appena riportati, in relazione alla classificazione delle grandi strutture devono essere utilizzati nel seguente modo:

- a) l'autorizzazione all'apertura di una grande struttura di tipo G1, o per l'ampliamento di una grande struttura di tipo G1 in una di tipo G2, assorbe un punto di disponibilità per il settore interessato;
- b) l'autorizzazione per l'apertura di una grande



struttura di tipo G2/A assorbe un punto di disponibilità nel settore interessato tenendo presente che le autorizzazioni per strutture di tipo G2/A nel primo triennio di programmazione possono essere rilasciate solo per l'apertura di centri commerciali;

- c) l'autorizzazione per l'apertura di una grande struttura di tipo G2/B assorbe due punti di disponibilità nel settore interessato.

Inoltre, la regione sulla base di uno studio preliminare, ha suddiviso le aree sovracomunali in ulteriori 24 sub-aree avente caratteristiche socio-economiche omogenee. Esse sono classificate come soggette ad intervento "prioritario", secondario o residuale per il settore alimentare e non alimentare, in relazione agli obiettivi di sviluppo delle grandi strutture di vendita nel triennio.

Nei primi 24 mesi le disponibilità di ciascuna provincia sono utilizzabili solo per l'apertura di grandi strutture nelle sub-aree in cui l'incremento della rete di vendita è classificato come prioritario; decorsi 24 mesi dall'entrata in vigore del piano di programmazione, le residue disponibilità sono destinate ad autorizzare iniziative anche nelle sub-aree classificate come secondarie.

Non risulta l'adozione di un piano comunale attuale in cui sono localizzate le aree per l'apertura di grandi strutture.

Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Per la valorizzazione e tutela dei centri storici il comune attraverso gli strumenti di promozione e sviluppo previsti dalla legge regionale può:

- emanare disposizioni particolari a tutela del patrimonio storico, artistico o ambientale e disporre misure di agevolazione tributaria e sostegno finanziario;
- dotarsi di appositi piani o provvedimenti contenenti gli strumenti di promozione e sviluppo del tessuto commerciale nei centri storici.

Può, inoltre:

- sottoporre le comunicazioni per l'apertura degli esercizi di vicinato alla valutazione di impatto commerciale al fine di selezionare le attività più consone all'immagine ed alla funzione del centro storico così da incentivarle con appositi aiuti;
- prevedere attività commerciali a contenuto merceologico limitato, al solo fine di attribuire ai re-

lativi esercizi maggiori facoltà ed, in particolare, prevedere esercizi specializzati per la vendita di prodotti, ovvero al fine di promuovere la nascita di vie, piazze o aree tematiche specializzate nella vendita di alcuni soli prodotti;

- promuovere programmi di riqualificazione delle attività di vendita, di concerto con le associazioni di categoria degli operatori e dei consumatori, specie volte alla realizzazione di infrastrutture e servizi comuni ed anche prevedenti l'attribuzione di riconoscimenti e marchi di qualità alle imprese;
- disporre il divieto di vendita di determinate merceologie, qualora ciò costituisca grave ed evidente contrasto con la tutela di valori artistici, storici o ambientali o all'immagine del centro storico;
- prevedere particolari agevolazioni per attività commerciali a carattere fortemente innovativo ed alternativo all'offerta esistente, nonché a favore di iniziative, debitamente documentate di commercio equo o solidale, gestito da organismi senza fini di lucro formalmente riconosciuti.

I comuni possono, inoltre, legare l'operatività delle disposizioni agevolative alla frequenza del titolare dell'impresa o di altro personale in esso operante ai corsi di aggiornamento professionale.

Non si è in possesso di documentazione sufficiente a valutare le iniziative in materia di tutela e riqualificazione del centro storico e/o di altre aree adottate dal comune di Bari.

Urbanistica commerciale

❖ Nel definire le scelte di pianificazione urbanistica, la regione prevede che i comuni debbano perseguire obiettivi di miglioramento della qualità urbana e del servizio commerciale, attenendosi agli indirizzi volti a conseguire un razionale ed equilibrato assetto della rete distributiva.

Le scelte comunali devono, quindi, tendere:

- a) al rilancio della capacità attrattiva, della funzione aggregativa e sociale e della vivibilità delle aree urbane centrali di consolidata presenza commerciale, favorendo l'integrazione e la concentrazione degli esercizi commerciali di vicinato e la continuità della presenza di vetrine commerciali e di attività di servizio lungo i fronti delle strade commerciali, anche attraverso apposite normative urbanistiche di indirizzo tipologico;



- b) all'inserimento di medie strutture e centri commerciali di vicinato nell'ambito di programmi di riqualificazione urbana o dei progetti di valorizzazione sviluppo del tessuto commerciale nei centri storici;
- c) a privilegiare l'insediamento degli esercizi e dei centri commerciali di vicinato nei centri storici e nelle aree urbane centrali;
- d) a qualificare e potenziare gli assi commerciali ed i nuclei di servizio esistenti nelle aree della periferia urbana caratterizzate da consolidata presenza commerciale, anche al fine di contribuire al miglioramento della vita sociale dei quartieri ed alla prevenzione dei fenomeni di degrado; a tal fine vanno privilegiate le azioni di ammodernamento e razionalizzazione di medie strutture di vendita esistenti, di promozione dei centri commerciali di vicinato e di integrazione completamento della gamma dei servizi lungo gli assi commerciali esistenti;
- e) a prevedere nuovi insediamenti privilegiando le operazioni di riqualificazione urbana o di riconversione di insediamenti dimessi anche per l'incremento e diversificazione dell'offerta commerciale, laddove ciò possa determinare effetti sinergici di rafforzamento di assi o nuclei commerciali preesistenti.

Non si hanno a disposizione informazioni relative all'adozione di strumenti tecnico-territoriali e/o all'approvazione o variante del PRGC da parte del comune di Bari.

Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

❖ A fronte del richiamo ad un obiettivo di riequilibrio territoriale della presenza di medie e grandi strutture, onde evitare l'eccessiva concentrazione in ambiti territoriali ristretti, non si rilevano misure particolari, né l'individuazione di parametri e criteri finalizzati alla tutela della concorrenza, adottate dal comune di Bari e dalla Regione Puglia. ●

Consistenze

BARI	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	104	453	1.546	108	451	1.533	3,8%	-0,4%	-0,8%
Non specializzati	32	127	240	27	111	212	-15,6%	-12,6%	-11,7%
Non specializzati prevalenza alimentare	281	1.422	4.608	297	1.532	4.840	5,7%	7,7%	5,0%
Non specializzati prevalenza non alimentare	22	119	316	27	124	322	22,7%	4,2%	1,9%
Frutta e verdura	135	723	1.848	134	733	1.870	-0,7%	1,4%	1,2%
Carne e prodotti a base di carne	274	1.606	4.121	260	1.547	3.970	-5,1%	-3,7%	-3,7%
Pesci, crostacei, molluschi	82	369	884	87	384	926	6,1%	4,1%	4,8%
Pane, pasticceria, dolciumi	59	301	799	55	284	779	-6,8%	-5,6%	-2,5%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	53	142	329	54	149	343	1,9%	4,9%	4,3%
Tabacco e altri generi di monopolio	128	570	1.573	129	582	1.601	0,8%	2,1%	1,8%
Altri esercizi specializzati alimentari	167	821	2.369	155	785	2.216	-7,2%	-4,4%	-6,5%
Farmacie	96	351	973	96	350	980	0,0%	-0,3%	0,7%
Articoli medicali e ortopedici	31	110	278	31	120	308	0,0%	9,1%	10,8%
Cosmetici e articoli di profumeria	180	680	1.681	179	706	1.734	-0,6%	3,8%	3,2%
Prodotti tessili e biancheria	81	400	1.074	76	409	1.085	-6,2%	2,3%	1,0%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	842	3.469	8.396	876	3.638	8.777	4,0%	4,9%	4,5%
Calzature e articoli in cuoio	170	650	1.568	181	694	1.668	6,5%	6,8%	6,4%
Mobili, casalinghi, illuminazione	294	1.236	3.166	308	1.356	3.391	4,8%	9,7%	7,1%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	146	671	1.962	160	723	2.082	9,6%	7,7%	6,1%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	128	866	2.989	135	905	3.101	5,5%	4,5%	3,7%
Libri, giornali, cartoleria	300	978	2.735	295	985	2.759	-1,7%	0,7%	0,9%
Altri esercizi specializzati non alimentari	691	2.796	8.191	720	2.905	8.541	4,2%	3,9%	4,3%
Articoli di seconda mano	32	72	165	31	76	178	-3,1%	5,6%	7,9%
TOTALE	4.328	18.932	51.811	4.421	19.549	53.216	2,1%	3,3%	2,7%

Palermo

Comune di

Orari

A) Derghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Con ordinanza sindacale il comune di Palermo ha stabilito la seguente disciplina in materia di orari:

- per le aperture domenicali e festive per il periodo che va dal 7 aprile alla fine dell'anno, la città è stata divisa in due ampie zone (zona A e zona B); sono previste due deroghe al mese, quindi una domenica avranno facoltà di apertura gli esercizi della zona A e la seconda quelli della zona B.

Le date delle domeniche di apertura sono elencate nell'Ordinanza sindacale.

I negozi che ricadono, invece, nei mercati storici e nella fascia costiera potranno rimanere sempre aperti, così come quelli situati nel territorio di Aquino e Borgo Molara ed in altre, specificate, strade della città.

B) Aperture notturne

❖ Dalla documentazione inviata non si riscontrano provvedimenti comunali in materia di autorizzazioni all'apertura dei negozi in orario notturno.

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ Dai documenti inviati non si evince l'adozione da parte del comune di provvedimenti particolari di limitazione.

Occorre ricordare la classificazione dimensionale degli esercizi di vicinato, operata dalla regione che li individua quali insediamenti aventi una superficie di vendita massima pari a 200mq.

Inoltre, la legge regionale dispone che i comuni individuino i limiti cui sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali, ambientali e dell'arredo urbano, nonché i limiti ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

❖ Dai documenti inviati non si riscontrano provvedimenti particolari in materia adottati dal comune di Palermo.

La legge regionale di attuazione prevede tre raggruppamenti merceologici (differenziandosi

in tal modo da quanto stabilito con il D.Lgs. n.114/98):

- I alimentare e prodotti per l'igiene e la casa;
- II abbigliamento e calzature;
- III prodotti vari non compresi nel raggruppamento II.

In base a tali disposizioni, l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di un esercizio di vicinato di cui al raggruppamento III, sono soggetti a comunicazione da presentarsi presso l'ufficio del comune competente per territorio e possono essere effettuati decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.

Nella comunicazione il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di legge;
- b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
- c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

L'apertura di un esercizio di vicinato di cui ai raggruppamenti I e II, è, invece, soggetta ad autorizzazione rilasciata dal comune.

Il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di un esercizio di vicinato di cui ai raggruppamenti I e II, sono soggetti a previa comunicazione con raccomandata postale al comune competente per territorio e possono essere effettuati, decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.

Non sono soggetti ad autorizzazione aggiuntiva, ma a semplice comunicazione al comune, gli ampliamenti degli esercizi di vicinato esistenti, per una sola volta, fino ad una percentuale del 20 per cento della superficie già occupata.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ Dai documenti inviati non si riscontrano provvedimenti particolari in materia, tranne due ordinanze sindacali (principi e procedimenti) di cui si dà notizia più avanti, adottati dal comune di Palermo.

Secondo le norme regionali, l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie e l'estensione di settore merceologico di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal comune.

Il procedimento amministrativo è attivato con domanda del richiedente nei casi di:

- nuovo esercizio;
- concentrazione di esercizi preesistenti;

- trasferimento di sede;
- ampliamento di superficie di vendita oltre il limite del 20% della superficie occupata;
- ampliamento della superficie di vendita a seguito di accorpamento;
- estensione di settore merceologico.

Il procedimento amministrativo di:

- ampliamento della superficie di vendita oltre nel limite del 20% della superficie occupata;
- subingresso nella titolarità dell'esercizio;
- riduzione della superficie di vendita;
- riduzione di settore merceologico;
- cessazione di attività,

è attivato con comunicazione da parte dell'interessato all'amministrazione comunale.

Nella domanda, presentata attraverso l'apposita modulistica pubblicata congiuntamente al provvedimento comunale dell'ottobre 2001, l'interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di legge;
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

Nel termine di 90 giorni dalla data di ricevimento delle domande, qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, le domande devono ritenersi accolte.

Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato:

- alla presentazione da parte dell'interessato di un progetto tecnico-illustrativo dell'iniziativa nel suo complesso;
- al possesso dei requisiti morali e di quelli professionali;
- al rispetto delle norme urbanistiche e di quelle relative alla destinazione d'uso ed ai regolamenti edilizi;
- al rispetto dei regolamenti di polizia urbana, annonaria ed igienico sanitaria;
- al rispetto del regolamento comunale di igiene.

Oltre a tali criteri il rilascio dell'autorizzazione è subordinato:

- alla verifica del rispetto degli standard urbanistici di parcheggio e di verde pubblico e di parcheggi pertinenziali funzionalmente collegati alla struttura di vendita con capacità adeguata alle vigenti disposizioni in materia;
- alla verifica dell'esistenza di idonei collegamenti pedonali e viari che assicurino una funzionale accessibilità alla struttura di vendita;
- alla verifica della previsione di idonee aree destinate a parcheggio distinte per classi di veicoli nonché alle aree destinate ad operazioni di carico e scarico delle merci.

Il progetto tecnico-illustrativo dovrà contenere i seguenti elementi:

- descrizione dell'area di insediamento della struttura con indicati tutti i riferimenti relativi allo stato di fatto ed allo stato di progetto;
- descrizione delle caratteristiche dell'iniziativa;
- descrizione della struttura che si intende realizzare, riconvertire, ristrutturare, ampliare con specifica della destinazione dei singoli vani, nonché illustrazione del relativo progetto architettonico;
- descrizione delle aree per i parcheggi distinti per classi di veicolo, nonché delle aree destinate ad operazioni di carico e scarico merci.

Al progetto occorre, inoltre, allegare:

- planimetria dei locali di vendita con legenda relativa al lay out delle diverse zone di intervento;
- un elaborato grafico relativo alla sistemazione dell'insediamento commerciale con particolare riguardo alla viabilità, alle aree di carico e scarico all'applicazione degli standard di parcheggio e verde pubblico ed ai parcheggi pertinenziali per la clientela;
- un estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate dalla domanda di autorizzazione;
- stralcio planimetrico del PRG vigente e/o adottato;
- certificato di agibilità o abitabilità;
- relazione tecnica contenente la descrizione della rete viaria esistente e di progetto, dei flussi di traffico esistenti e prevedibili a medio termine, della situazione relativa alla mobilità ed ai servizi di trasporto collettivo, nonché la previsione dei flussi di traffico previsti a seguito dell'apertura della nuova struttura ed illustrazione delle soluzioni che si intendono adottare per il miglioramento della mobilità sulla rete viaria di riferimento.

Nel caso in cui l'immobile in cui si colloca la nuova iniziativa commerciale sia già esistente dovrà essere attestato:

- se la destinazione commerciale che si intende attivare è conforme alla disciplina urbanistica localmente vigente e, quindi, se ricade in un'area in cui possono essere consentiti insediamenti di medie strutture di vendita;
- la disponibilità ad assicurare la dotazione di spazi per la copertura degli standard urbanistici relativi al verde e parcheggio pubblico e l'osservanza delle dotazioni minime dei parcheggi pertinenziali per la clientela e delle aree di cari-

co e scarico merci richiesti dallo strumento urbanistico localmente vigente in relazione al tipo di struttura di vendita ed alla relativa localizzazione;

- la necessità di effettuare interventi edilizi di ristrutturazione o ampliamento dell'immobile in cui si intende insediare l'attività commerciale;
- se è già stata o meno presentata la domanda volta ad ottenere i titoli edilizi per realizzare gli interventi elencati.

Infine, costituisce atto dovuto il rilascio dell'autorizzazione:

- all'apertura di una media struttura avente una superficie di vendita non superiore ai 1.500 mq.;
- all'ampliamento oltre il limite del 20%, della superficie di vendita di una media struttura di vendita nell'ambito dei 1.500mq.;

Il rilascio di tali autorizzazioni è dovuto, però, nel rispetto delle seguenti condizioni:

- che sia attuata la concentrazione o l'accorpamento di esercizi rientranti nei limiti dimensionali fino ai 200mq. nel caso di esercizi di vicinato e fino ai 1.500mq. nel caso di medie strutture di vendita;
- che gli esercizi accorpati o concentrati siano stati autorizzati ai sensi dell'art. 24 della legge n. 426/71 e siano operanti nello stesso comune;
- che il richiedente si impegni al reimpiego del personale dipendente, con contratto di lavoro a tempo indeterminato, negli esercizi oggetto di concentrazione o accorpamento;
- che la superficie di vendita del nuovo esercizio non superi la somma dei limiti massimi indicati dalla legge regionale per gli esercizi di vicinato (200 mq.) tenuto conto del numero degli esercizi accorpati o concentrati oppure dell'effettiva superficie di vendita autorizzata, qualora la superficie di detti esercizi sia superiore ai predetti limiti.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ Dai documenti inviati non si riscontrano provvedimenti particolari in materia adottati dal comune di Palermo.

Sulla base delle norme regionali, l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di una grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal comune competente per territorio nel rispetto della programmazione urbanistico-commerciale ed in conformità alle determinazioni adottate dalla conferenza di servizi.

Nella domanda l'interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti morali e professionali;
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

La domanda di rilascio dell'autorizzazione è esaminata da una conferenza di servizi, indetta dal comune competente per territorio, entro 60 giorni dal ricevimento, composta da quattro membri, rappresentanti rispettivamente l'Assessorato regionale della cooperazione, del commercio, dell'artigianato e della pesca, la provincia regionale, il comune e la camera di commercio territorialmente competenti, che decide in base alla conformità dell'insediamento ai criteri di programmazione ed alle priorità di cui alle norme regionali.

Le deliberazioni della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti entro 90 giorni dalla convocazione; il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione, il cui voto comunque prevale in caso di parità.

Alle riunioni della conferenza di servizi partecipano a titolo consultivo i rappresentanti dei comuni contermini, delle organizzazioni dei consumatori, dei lavoratori del settore e delle imprese del commercio più rappresentative a livello regionale.

Il Presidente della Regione, previa deliberazione della Giunta di governo, su proposta dell'Assessore regionale per la cooperazione, il commercio, l'artigianato e la pesca adotta, con proprio decreto, le norme sul procedimento concernente le domande relative alle grandi strutture di vendita; stabilisce il termine, comunque non superiore a 120 giorni dalla data di convocazione della conferenza di servizi, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento.

È comunque richiesta una nuova autorizzazione nei seguenti casi:

- a) ampliamenti superiori al 10% della superficie di vendita: ampliamenti fino al 10% della superficie di vendita autorizzata, necessari per adeguarla ai mutamenti delle condizioni di mercato, non richiedono autorizzazione se fatti dopo due anni dall'apertura di una grande superficie di vendita; oltre tale limite, o per ampliamenti di qualunque portata prima di due

anni dall'apertura dell'esercizio commerciale, è richiesta una nuova autorizzazione;

- b) trasferimenti: il trasferimento di una grande superficie di vendita, all'interno del Comune di insediamento, comporta la richiesta di una nuova autorizzazione; il relativo studio di impatto andrà condotto limitatamente a impatto sul traffico, impatto ambientale e alle implicazioni urbanistiche generali;
- c) modifica dell'orientamento merceologico: per le grandi superfici di vendita non alimentari con superficie di vendita superiore a 2.500 mq. e per i centri commerciali, con riferimento alle grandi superfici di vendita non alimentari di analoga dimensione in essi incluse, il cambiamento della specializzazione merceologica comporta la richiesta di una nuova autorizzazione.

Per cambiamento della specializzazione merceologica, oltre al passaggio da alimentare a non alimentare e viceversa, per la quale l'autorizzazione è comunque richiesta, si intende il passaggio da uno all'altro dei gruppi di codici ATECO 91 elencati di seguito: 52.32 e 52.33; 52.41 e 52.44; 52.42 e 52.43; 52.45; 52.46; 52.47; 52.48.

L'appartenenza ai diversi codici ATECO 91 è stabilita in base al criterio di prevalenza così come definito dall'I.S.T.A.T.

Salvo casi di forza maggiore, se entro due anni dalla data di concessione dell'autorizzazione da parte del Comune competente l'iniziativa commerciale non è entrata in attività, l'autorizzazione decade.

D) Apertura centro commerciale

❖ Per quanto riguarda le norme sulle procedure autorizzative, i centri commerciali sono equiparati a singoli esercizi aventi una superficie di vendita pari alla loro superficie di vendita complessiva; analoga equiparazione è stabilita per i requisiti urbanistici.

E) Contestualità tra concessione edilizia e/o autorizzazione commerciale

❖ Sulla base del piano settoriale approvato dal comune di Palermo, in tutte le zone ove è consentito l'esercizio di attività commerciali, il rilascio della concessione o autorizzazione edilizia è requisito preliminare al rilascio dell'autorizzazione commerciale.

Nelle more del rilascio della concessione o autorizzazione edilizia è consentita la presentazione

dell'istanza di autorizzazione commerciale, il cui rilascio rimane comunque subordinato al rilascio del provvedimento edilizio.

F) Modifica e/o aggiunta di settore merceologico

❖ Il piano settoriale del comune di Palermo prevede la seguente differenziazione merceologica:

- 1) settore alimentare;
- 2) settore non alimentare (prodotti per l'abbigliamento articoli di vestiario con esclusione degli accessori e della biancheria intima, e calzature);
- 3) prodotti vari (si tratta di una o più categorie merceologiche non comprese nel raggruppamento 2).

In relazione ai principi espressi, sul punto, dalle norme regionali di attuazione, si fa riferimento a quanto già indicato sopra al numero 3 lettere B) e C).

Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazione territoriale

❖ Sono classificate come medie strutture:

- quelle aventi una superficie di vendita compresa tra 201 e 1.500mq.;
- mercato coperto: aggregazione di almeno 4 esercizi di vicinato in una struttura comune con superficie di vendita inferiore ai 1.500mq.

Il piano di settore di Palermo individua e suddivide il territorio comunale in zone omogenee in cui è possibile realizzare insediamenti commerciali (zone: A1-A2-B0-B1-B2-B3-B4-B5-C-CT-CM-D1-D2 e IC12).

B) Criteri qualitativi

❖ Non risultano particolari criteri qualitativi necessari all'insediamento di nuove medie strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

❖ I parcheggi pertinenziali, sulla base di quanto disposto dal Piano di settore approvato dal comune di Palermo, sono aree o costruzioni o porzioni di aree o costruzioni adibiti al parcheggio dei veicoli della clientela e sono al servizio esclusivo di ogni singolo esercizio o complesso commerciale. La presenza del parcheggio pertinenziale, nella misura di seguito fissata, è requisito essenziale dell'autorizzazione commerciale.

La dimensione dei posti auto nei parcheggi pertinenziali non devono essere inferiori a ml. 2,4x4,8. Per ogni posto auto la superficie convenzionale comprensiva degli spazi di disimpegno è di mq. 25. Pertanto, i parcheggi devono essere collocati ed organizzati in modo da essere accessibili liberamente dai clienti stessi; possono trovarsi all'interno di recinzioni, ma in tal caso le chiusure degli accessi devono essere eventualmente operanti solo nelle ore e nei giorni in cui l'attività di cui sono pertinenze è chiusa.

I parcheggi pertinenziali potranno essere localizzati anche in altra area purché questa venga permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale, e purché collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto e privo di barriere architettoniche. Al fine di cui sopra non possono essere utilizzate aree o immobili già in atto vincolati a parcheggio di pertinenza di altri complessi o unità edilizie.

I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in aree distinte dagli spazi pubblici per attività collettive, verde pubblico e parcheggi pubblici, senza sovrapposizioni.

Nel caso di strutture con più di 100 dipendenti e nell'ambito dei parcheggi pertinenziali sarà individuata una porzione specifica destinata ai dipendenti della struttura di vendita in misura di un posto auto ogni 3 dipendenti.

Nel caso di strutture con parcheggi per una capacità complessiva superiore ai 100 posti auto e dislocati in più gruppi di posti auto con accessi differenziati è prescritto l'impianto di segnalamento automatico che indirizzi gli utenti verso l'accesso più opportuno in relazione alla disponibilità dei posti.

I parcheggi devono prevedere efficaci soluzioni di accesso ed agevolare la loro fruizione e l'accessibilità da questi ai punti di vendita.

Le dotazioni minime di parcheggi per la clientela in relazione ai diversi settori merceologici sono i seguenti:

- 1) esercizi di vicinato alimentari e misti: 1mq di parcheggio per ogni 10mc di cubatura totale dell'esercizio;
- 2) esercizi di vicinato non alimentare: 1mq di parcheggio per ogni 10mc di cubatura relativa alla superficie di vendita;
- 3) medie strutture di vendita non alimentari: 0,5 mq per ogni metro quadro di superficie di vendita;
- 4) medie strutture di vendita alimentari o miste:

1,0 mq per ogni metro quadro di superficie di vendita;

- 5) grandi strutture alimentari o miste con superficie di vendita inferiore ai 5.000mq: 2mq per ogni metro quadro di superficie di vendita;
- 6) grandi strutture di vendita non alimentari con superficie di vendita inferiore ai 5.000mq: è prescritta una dotazione di 1,5 mq. per ogni metro quadro di superficie di vendita;
- 7) grandi strutture alimentari o miste con superficie di vendita superiore ai 5.000mq: 2,5 mq. per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- 8) grandi strutture di vendita non alimentari con superficie superiore ai 5.000mq.: 2 mq. per ogni metro quadro di superficie di vendita;
- 9) centri commerciali e parchi commerciale: la dotazione di parcheggi è calcolata distintamente:
 - per le medie e grandi strutture di vendita in esso presenti la dotazione richiesta è quella riportata sopra ai numeri 3, 4, 5, 6, 7 e 8;
 - per la rimanente parte degli esercizi commerciali per le attività paracommerciali ed altre attività di servizio in esso presenti, la dotazione di parcheggi è prevista in 1 mq. ogni metro quadro di superficie lorda di pavimento.

Il 10% dell'area destinata a parcheggio pertinenziale delle medie strutture di vendita dovrà essere riservata per motocicli e biciclette.

Le dotazioni sopra elencate dovranno essere sempre rispettate nel caso di nuove costruzioni, ristrutturazioni urbanistiche, ampliamenti di costruzioni preesistenti oltre il 20% dell'esistente, demolizioni e ricostruzioni.

Le dotazioni di parcheggi pertinentziali possono essere ridotte esclusivamente:

- nel caso di interventi di ristrutturazioni e ampliamenti di preesistenti strutture o centri commerciali nel limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata; la riduzione consentita può essere concessa una sola volta e nella misura massima del 20%;
- nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale purché del progetto faccia parte uno studio delle accessibilità dell'area con i mezzi pubblici o ecologici che ne migliori in modo considerevole la fruibilità pedonale e sempre che il progetto non preveda interventi di ristrutturazione urbanistica; la riduzione consentita dal

progetto di valorizzazione per i singoli esercizi non potrà superare il 30%. Nel caso in cui il progetto preveda oltre che le condizioni sopra riportate, anche la pedonalizzazione degli spazi pubblici, la riduzione consentita non potrà superare il 50%.

Le grandi strutture commerciali, i centri commerciali ed i parchi commerciali nonché le medie strutture di nuova costruzione derivanti da operazioni di ristrutturazione urbanistica in aggiunta alle prescritte dotazioni di parcheggi, dovranno essere dotate di un'area pertinenziale esclusiva per il carico e scarico merci ed al parcheggio dei veicoli relativi, in misura adeguata alle esigenze.

Le grandi strutture esistenti qualora non dotate di tale area, dovranno adeguare i propri spazi a tal fine entro 5 anni dalla approvazione regionale del piano settoriale del comune.

Nel caso di magazzini di deposito, in edifici separati dalla struttura di vendita, la quantità prevista andrà suddivisa al 50% tra l'edificio di vendita e quello di magazzinaggio.

Le medie strutture esistenti qualora dimostrino l'impossibilità di adeguare le proprie strutture a tali esigenze, dovranno far istanza di asservire a tal fine un'area adeguata in sede stradale destinata alla sosta, da utilizzare al carico e scarico merci esclusivamente in orari di modesto volume di traffico.

I progetti di valorizzazione commerciale individueranno in modo organico le soluzioni adeguate per tali finalità.

Nell'ambito delle zone relative ai mandamenti storici, qualora sia dimostrata l'impossibilità di recuperare aree idonee all'insediamento dei parcheggi pertinentziali, è ammessa la monetizzazione anche totale della dotazione di parcheggi pertinentziali prescritta.

Le somme relative confluiranno in un fondo apposito destinato alla realizzazione di parcheggi pubblici nelle adiacenze delle zone a forte concentrazione commerciale.

D) Parametri numerici e/o localizzazioni commerciali

❖ Il piano settoriale approvato dal comune di Palermo contiene le tavole relative alla localizzazione oltre che delle grandi anche delle medie strutture di vendita.

Sono stati, inoltre, approvati con ordinanza sindacale due provvedimenti transitori, (criteri e procedimenti) relativi al rilascio delle autorizzazioni all'apertura di medie strutture di vendite, ol-

tre al Piano urbanistico di settore già citato.

Per quanto riguarda le previsioni regionali sull'argomento, negli ambiti periurbani delle aree metropolitane di Palermo, Catania e Messina e nelle altre aree che si caratterizzano come sistemi urbani complessi di carattere sovracomunale, l'obiettivo specifico, dettato dalle norme regionali, consiste nella programmazione delle localizzazioni delle aree commerciali integrate e dei parchi commerciali e nella razionalizzazione della presenza e delle possibilità d'insediamento delle grandi strutture di vendita di livello inferiore e superiore, avendo come riferimento le abitudini di consumo della popolazione, l'equilibrio dell'assetto territoriale e il contenimento degli impatti socioeconomici e ambientali. Per conseguire tale obiettivo si ritiene necessario porre in essere le seguenti azioni:

- a) armonizzare ed eventualmente integrare la presenza di grandi strutture di vendita di livello inferiore e superiore in modo da tendere al riequilibrio urbanistico di aree di frangia costituite da tessuti urbani da riqualificare;
- b) razionalizzare l'accessibilità nelle aree ove si sono insediate grandi strutture commerciali, garantendo la funzionalità della scelta localizzativa rispetto alla rete degli altri servizi di pubblico interesse;
- c) favorire la concentrazione delle grandi e medie strutture di vendita in aree commerciali e parchi commerciali collocate in prossimità dei nodi infrastrutturali che garantiscano condizioni di elevata accessibilità e comunque su aree già dotate delle necessarie infrastrutture;
- d) tenere conto:
 - dell'esistenza o della previsione di realizzazione contestuale delle opere di urbanizzazione primaria necessarie;
 - della fattibilità degli interventi in rapporto alle caratteristiche geologiche, idrogeologiche ed idrauliche dell'area interessata;
 - dell'esistenza di spazi per i parcheggi in quantità adeguata, e comunque non inferiore alle prescrizioni contenute nella presente normativa.

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazioni territoriali

Sono considerate grandi strutture:

- di livello inferiore quelle aventi una superficie di vendita compresa tra i 1.500 ed i 5.000mq.;

- di livello superiore quelle avente una superficie di vendita superiore ai 5.000mq.;
- centro commerciale locale urbano: aggregazione di almeno 6 esercizi con superficie di vendita complessiva inferiore ai 2.500mq.;
- medio centro commerciale: aggregazione di almeno 8 esercizi di vendita con superficie di vendita complessiva tra i 2.500 ed i 5.000mq. La quota di superficie dei punti vendita di piccole dimensioni non può essere inferiore al 30% del totale della superficie di vendita;
- grande centro commerciale: è definito e regolato come il medio centro ma con una superficie di oltre 5.000mq.;
- parco commerciale: è costituito da un'area di almeno 30.000mq. per la quale, un progetto unitario prevede la realizzazione di più strutture medie o grandi, dotate di infrastrutture comuni ed integrate da edifici per attività para-commerciali, ricreative e complementari. Il parco commerciale viene definito di livello superiore se impegna una superficie territoriale maggiore di 5 ettari.

B) Criteri qualitativi

- ❖ Non risultano particolari criteri qualitativi degli esercizi necessari all'apertura di grandi strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

- ❖ Si fa riferimento a quanto già esposto sopra al numero 4) lettera C).

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

- ❖ Il Piano di Programmazione urbanistica settoriale, approvato dal comune di Palermo, è da considerare quale variante alle vigenti prescrizioni urbanistiche, sulla base della variante generale al PRGC previgente, approvata nel 1997 e perfettamente conciliabile sotto il profilo degli indirizzi e degli obiettivi con le previsioni normative regionali di attuazione della riforma del commercio.

Nel Piano di settore sono contenuti:

- l'analisi delle previsioni del PRG vigente ed adottato;
- la formulazione degli orientamenti comunali sull'evoluzione della rete distributiva nelle diverse aree del territorio comunale;
- l'individuazione delle aree dove ammettere l'insediamento delle diverse tipologie di attività commerciale;

- l'elenco delle medie e grandi strutture di vendita.

Sulla base della tipologia di calcolo, ai fini del dimensionamento di nuove superfici di vendita di grandi strutture, indicata dalla regione con il DPRS dell'11 luglio 2001, per il comune di Palermo il limite di superficie è pari a mq. 100.865. Tale quantità di superficie è quella autorizzabile fino al 25 giugno 2002.

Rispetto alle zone individuate dal Piano settoriale in cui è possibile l'insediamento di attività commerciali, elencate sopra al numero 4) lettera A), occorre specificare che:

- nella zona A, nelle zone A1 e A2 e nella zona denominata "centro storico", sono consentiti tutti i settori merceologici tranne negli edifici o parti di essi con destinazione d'uso pubblica. In dette zone i tipi di esercizio consentiti sono: esercizi di vicinato, i mercati coperti ed i centri commerciali locali urbani nonché costituiti da soli esercizi di dimensione non superiore agli esercizi di vicinato;
- nelle zone B0, B1 e B5 sono consentiti tutti i settori merceologici. In dette zone sono insediabili gli esercizi di vicinato ed i mercati coperti;
- nelle zone B2, B3, B4 e nelle zone C sono consentiti tutti i settori merceologici. Gli esercizi consentiti sono quelli di vicinato, le medie strutture di vendita, nonché i mercati coperti e i centri commerciali locali urbani ed i medi centri commerciali;
- nelle zone D1 e D2 sono consentiti tutti i settori merceologici; sono poi consentiti gli esercizi di vicinato ed i mercati coperti;
- nelle aree individuate come C.M. (centri di municipalità) sono consentiti tutti i settori merceologici. In dette zone sono consentite tutte le tipologie di esercizi commerciali: i nuovi interventi saranno regolati da progetti di utilizzo, di iniziativa pubblica o privata, riguardanti l'intera area classificata come C.M. che saranno approvati dalla Giunta Comunale. Obiettivo di tali progetti sarà quello di valorizzare la specificità di ogni area con tale destinazione stante le differenti caratteristiche morfologiche storiche e dimensionali di ciascun Centro di Municipalità. I progetti potranno destinare alle attività commerciali una percentuale di superficie non superiore al 50% del totale.

Con riferimento, invece, alle previsioni regionali, la Sicilia non ha predisposto una pianificazione periodica di tipo numerico-quantitativa, quan-

to piuttosto un sistema di analisi caso per caso, basato su di una serie di parametri legati anche agli aspetti ed alle dinamiche economico-concorrenziali del settore.

Il rilascio di autorizzazioni per grandi strutture di vendita è, infatti, subordinato alla redazione di uno studio d'impatto che fornisce tutti i riferimenti conoscitivi necessari per la valutazione effettuata in sede di conferenza di servizi.

Gli studi d'impatto costituiscono il documento base per la verifica della congruità delle iniziative commerciali e dovranno essere allegati all'istanza di autorizzazione per l'esercizio di grandi strutture di vendita presentata al Comune competente per territorio.

Per le grandi strutture di vendita, al di sotto dei 2.500 mq. di superficie di vendita, gli studi d'impatto possono essere redatti secondo modalità semplificate.

Per le grandi strutture di vendita, collocate all'interno dei centri storici o in altre aree urbane a forte vocazione commerciale che i comuni abbiano individuato come tali, gli studi d'impatto dovranno essere redatti secondo le modalità specifiche più sotto descritte.

Gli ampliamenti e trasferimenti di grandi strutture di vendita, sono assimilati a nuove aperture e necessitano di un'autorizzazione secondo le modalità stabilite in generale dalle norme attuative.

I centri commerciali, qualora la somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali che in essi operano superi la soglia che definisce una grande struttura di vendita, sono soggetti ad

autorizzazione secondo le modalità di seguito illustrate. L'autorizzazione è unica, relativa al complesso degli esercizi che operano nel centro commerciale.

Gli studi d'impatto devono avere i seguenti contenuti.

a) *Caratteristiche dell'iniziativa*

Devono essere fornite le seguenti indicazioni:

- se l'autorizzazione richiesta riguarda un singolo punto di vendita o un insieme di punti di vendita che configurano un centro commerciale;
- la superficie di vendita dell'esercizio/i;
- l'orientamento merceologico dell'esercizio/i, specificando, oltre ad alimentare e non alimentare, le eventuali specializzazioni merceologiche secondo lo schema ATECO 91 sulla base del criterio di prevalenza. Nel caso di centri commerciali, relativamente agli esercizi commerciali sin-

golarmente inferiori alla soglia della media struttura di vendita, è sufficiente l'indicazione del mix di specializzazioni previste dal progetto.

b) *Bacino di attrazione*

Va individuato il bacino di attrazione dell'iniziativa commerciale, specificando per gli esercizi alimentari e misti le tre isocrone corrispondenti a 10, 20 e 30 minuti auto e per quelli non alimentari le tre isocrone corrispondenti a 20, 30 e 40 minuti auto, o corrispondenti ad altre soglie che il proponente ritiene, motivandolo, meglio rappresentare il particolare orientamento merceologico dell'iniziativa commerciale. Le modalità utilizzate per il computo delle isocrone devono essere rese esplicite nello studio d'impatto. Ai fini della determinazione del bacino di attrazione, va fatto riferimento ai comuni interni all'isocrona di 30 minuti, esclusi quelli per i quali i residenti interni a tale isocrona costituiscono meno del 10% del totale comunale.

c) *Spesa attratta*

Va indicato, per ciascuna delle aree corrispondenti alle due isocrone in cui è suddiviso il bacino di attrazione di cui alla lettera b) e a quella residua, il volume di spesa che si prevede venga attratto dalla nuova iniziativa.

d) *Conto economico semplificato*

Va presentato un conto economico semplificato dell'iniziativa, riferito alle condizioni ipotizzate quando essa sia entrata a regime. Vanno evidenziati: il volume di vendite al netto dell'Iva; il margine lordo; il costo del personale; i costi di affitto, eventualmente imputati se l'immobile è di proprietà.

e) *Implicazioni urbanistiche generali*

Lo studio di impatto dovrà specificare se l'iniziativa proposta si inserisce in uno degli ambiti territoriali previsti dalla legge regionale: aree metropolitane, sistemi comunali integrati, aree di sviluppo industriale. In merito, devono inoltre essere fornite le seguenti indicazioni:

- raccordo dell'iniziativa con gli obiettivi di organizzazione spaziale del comune/area metropolitana/sistema comunale integrato, evidenziando se e come l'iniziativa commerciale proposta contribuisce a raggiungerli; in particolare, andrà fatto riferimento all'attuale struttura della mobilità, a eventuali effetti di ripolarizzazione indotti dall'iniziativa e alle previsioni di investimento pubblico nella rete viaria;
- contributo dell'iniziativa a progetti di recupero/riorganizzazione dell'area di insediamento e/o di edifici di pregio architettonico;

- collegamento dell'iniziativa con la realizzazione di altre strutture di servizio per l'area interessata;
- nel caso di insediamenti nelle aree di sviluppo industriale, rispetto dei vincoli di utilizzo commerciale per tali aree.

f) *Impatto sul traffico*

Oltre a quanto stabilito alla lettera precedente, per poter valutare eventuali effetti di congestione o di decongestione, il proponente deve attenersi alle indicazioni di carattere metodologico relative alle verifiche d'impatto sulla viabilità indicate dalle norme attuative regionali e comunali.

g) *Impatto ambientale*

Oltre al rispetto delle norme vigenti in materia ambientale, andranno evidenziate le iniziative prese per l'inserimento armonico della struttura edilizia dell'iniziativa commerciale nel contesto ambientale d'insediamento, quali il rispetto d'elementi architettonici caratteristici, l'interramento dei parcheggi, alberature.

h) *Impatto commerciale*

Le indicazioni fornite nello studio d'impatto dovranno avere i seguenti contenuti:

- il proponente deve presentare una valutazione sull'impatto della nuova iniziativa sul tessuto commerciale esistente. Tale valutazione dovrà riguardare distintamente le quote di venduto che la nuova iniziativa sottrae alle medie e grandi strutture di vendita esistenti e agli esercizi di vicinato;
- nel caso in cui il proponente già disponga di medie e grandi strutture di vendita operanti nello stesso comparto (alimentare e non alimentare) con la medesima insegna, in proprietà o collegata alla stessa centrale d'acquisto, nell'area definita dall'isocrona corrispondente a 30 minuti auto, va stimata la quota di mercato congiunta, eventualmente computando nella stima di mercato le vendite degli altri esercizi commerciali per la parte di vendite relativa all'area di sovrapposizione dei due bacini di mercato.
- La quota di mercato deve essere riferita a tutta la rete commerciale, includendo quindi esercizi di vicinato e medie e grandi strutture di vendita, con la medesima specializzazione merceologica. Se tale quota supera un terzo del totale, la nuova iniziativa commerciale non potrà essere autorizzata; nel caso dei centri commerciali, la presente verifica va effettuata relativamente a tutti gli esercizi commerciali singolarmente superiori alla soglia di una media struttura di vendita;

- eventuale concentrazione di preesistenti strutture di vendita.

i) **Impatto occupazionale**

Lo studio d'impatto deve contenere una valutazione del saldo netto occupazionale che l'iniziativa commerciale presumibilmente avrà. Nella valutazione andranno considerati sia gli effetti diretti positivi, nuovi posti di lavoro, e negativi, posti di lavoro persi da altri esercizi commerciali, sia quelli indiretti. In questo secondo caso andrà valutata l'entità dell'attivazione d'occupazione in aziende terze (ad esempio, imprese di pulizia, imprese di vigilanza, ecc.) e gli eventuali effetti occupazionali conseguenti alla sostituzione di fornitori locali con fornitori localizzati in altre Regioni o paesi. Se la nuova iniziativa commerciale nasce per concentrazione di preesistenti strutture di vendita, va indicata l'eventuale assunzione dell'impegno di reimpiego del personale dipendente di tali strutture.

Per le grandi strutture di vendita collocate all'interno dei centri storici o in altre aree urbane a forte vocazione commerciale che i comuni abbiano individuato come tali, gli studi d'impatto dovranno essere redatti secondo le modalità indicate di seguito.

a) **Caratteristiche dell'iniziativa**

Vale quanto indicato sopra.

b) **Conto economico semplificato**

Vale quanto indicato sopra.

c) **Implicazioni urbanistiche generali**

Devono essere fornite le seguenti indicazioni:

- raccordo dell'iniziativa con gli obiettivi di rivitalizzazione del centro storico o dell'area di insediamento, evidenziando il ruolo assegnato all'iniziativa;
- contributo dell'iniziativa a progetti di recupero/riorganizzazione del centro storico o dell'area di insediamento e/o di edifici di pregio architettonico;
- collegamento dell'iniziativa con la realizzazione di altre strutture di servizio per il centro storico o per l'area interessata.

d) **Impatto sul traffico**

- Il proponente deve fornire una valutazione in merito all'eventuale traffico veicolare autonomamente attratto e alla sua compatibilità con le strutture di parcheggio esistenti o in programma a servizio del centro storico o dell'area d'insediamento.

e) **Impatto ambientale**

Oltre al rispetto delle norme vigenti in materia

ambientale e dei vincoli esistenti per la protezione delle caratteristiche morfologiche e del patrimonio artistico del centro storico o dell'area di insediamento, andranno evidenziate le iniziative prese per migliorare l'inserimento armonico della struttura edilizia dell'iniziativa commerciale nel contesto ambientale circostante, quali l'adozione di soluzioni architettoniche specifiche, la predisposizione di elementi di arredo o di altre iniziative che contribuiscano a valorizzare tale contesto.

f) **Impatto commerciale**

Deve essere illustrato il contributo complessivo che la nuova iniziativa commerciale dà al rilancio del restante tessuto commerciale del centro storico o dell'area d'insediamento, a prescindere da eventuali effetti di sottrazione di venduto relativi a singoli esercizi commerciali esistenti. Vale per il resto quanto più sopra descritto, con riferimento all'area del centro storico o ad altre aree urbane a forte vocazione commerciale che i comuni abbiano individuato come tali.

g) **Impatto occupazionale**

Vale quanto indicato sopra.

Criteri di valutazione degli studi d'impatto da parte delle conferenze di servizi ai fini del rilascio dell'autorizzazione.

Le conferenze di servizi, una volta verificato che le istanze di autorizzazione rispettino le norme e gli standard urbanistici che ad esse si applicano, esaminano gli studi di impatto presentati e su questa base decidono in merito al rilascio delle relative autorizzazioni. Ai fini della concessione dell'autorizzazione, la valutazione viene fatta in rapporto alle finalità espresse dalla legge regionale.

Nell'esame degli studi d'impatto, ai fini del rilascio dell'autorizzazione, le conferenze di servizi si attengono alle seguenti linee guida:

- a) verificano preventivamente la congruenza di quanto alle lettere b) (bacino di attrazione), c) (spesa attratta), d) (conto economico semplificato) dell'elenco sopra riportato. Ove emergano incongruenze o stime palesemente non corrispondenti alla realtà, la conferenza di servizi può rifiutare la richiesta d'autorizzazione o chiedere la ripresentazione dell'istanza con una revisione delle valutazioni presentate;
- b) esprimono un giudizio motivato in merito a ciascun impatto dell'iniziativa commerciale.

Ai fini del rilascio dell'autorizzazione, sulla base del giudizio motivato, costituiscono elementi di valutazione positivi:

- implicazioni urbanistiche generali: il raccordo

dell'iniziativa con gli obiettivi di sviluppo e di organizzazione spaziale definiti dal comune/area metropolitana/sistema comunale integrato e con le eventuali iniziative di investimento pubblico nella rete viaria; il contributo al recupero/riorganizzazione dell'area di insediamento e/o di edifici di pregio architettonico; l'inserimento in un più ampio progetto di realizzazione di altre strutture di servizio per l'area interessata;

- **impatto sul traffico:** un impatto netto sul traffico veicolare dalla clientela e dalle merci, ovvero tenuto conto sia dei flussi di traffico generati sia di quelli sostituiti, positivo e/o un contributo alla decongestione del traffico su altre aree;
- **impatto ambientale:** la struttura commerciale non genera inquinamento addizionale e/o la struttura edilizia dell'iniziativa si inserisce in modo armonico nel contesto ambientale di insediamento e/o prevede la realizzazione di opere e sistemazioni dell'area circostante che contribuiscano al miglioramento dell'ambiente;
- **impatto commerciale:** la nuova struttura non compromette la varietà di tipologie di vendita presenti nell'area di riferimento, non porta a concentrazioni in capo a singole insegne che possano generare situazioni di natura monopolistica e/o concentra preesistenti strutture di vendita;
- **impatto occupazionale:** la nuova struttura comporta il reimpiego di personale dipendente di preesistenti strutture di vendita e ha un impatto occupazionale, diretto e indiretto, positivo o, se negativo, non tale da influenzare in modo sensibile gli equilibri del mercato del lavoro a livello locale.

Per consentire alla rete di vendita esistente un adeguamento progressivo alle condizioni concorrenziali determinate dalle nuove norme sull'apertura di grandi strutture di vendita, per il periodo di 30 mesi dall'entrata in vigore della legge regionale, le conferenze di servizi potranno autorizzare nuove grandi strutture di vendita nei limiti stabiliti di seguito:

- a) grandi strutture di vendita despecializzate a base alimentare (supermercati e ipermercati). Con riferimento al bacino di attrazione definito dalle isocrone di cui sopra, per il periodo stabilito, non potrà essere autorizzata una superficie in eccesso ai limiti determinati nel modo seguente:
 - se la dotazione di superficie di vendita per

1000 abitanti, di esercizi con superficie di vendita superiore a 400 mq (supermercati e ipermercati), al momento dell'entrata in vigore del presente provvedimento, è superiore a 100 mq di vendita per 1000 abitanti, parametro che approssima l'attuale presenza media di supermercati e ipermercati nella Regione siciliana, il limite è pari al 40% di tale dotazione;

- se la dotazione di superficie di vendita per 1000 abitanti, di esercizi con superficie di vendita superiore a 400 mq (supermercati e ipermercati), al momento dell'entrata in vigore del presente provvedimento è inferiore a 100 mq di vendita per 1000 abitanti, il limite è dato dalla somma della differenza tra 100 mq di vendita per 1000 abitanti e la dotazione attuale più 40 metri per 1000 abitanti.

Nel computo della dotazione attuale e dei limiti di sviluppo determinati come sopra vanno incluse le superfici di esercizi autorizzati, ma non ancora realizzati;

- b) grandi strutture di vendita specializzate in articoli di abbigliamento e calzature (raggruppamento II, ovvero specializzazioni di cui ai codici ATECO 52.42 e 52.43).

Con riferimento al bacino di attrazione definito dalle isocrone di cui sopra (centri storici), per il periodo più sopra stabilito, non potrà essere autorizzata una superficie che ecceda una quota del 30% di quelle in essere all'entrata in vigore del presente provvedimento.

La determinazione di tale quota verrà fatta nel modo seguente:

- andrà rilevato il numero totale di punti vendita con la specializzazione di cui sopra sulla base delle autorizzazioni risultanti presso le amministrazioni comunali interessate dal bacino di attrazione della nuova grande struttura di vendita;
 - il numero di punti vendita rilevato andrà moltiplicato per una superficie media standard di 60 mq;
 - la superficie totale così ottenuta andrà rapportata a quella della nuova grande superficie di vendita, verificando che quest'ultima non ecceda il limite del 30% della prima;
- c) altre grandi strutture di vendita non alimentari. È rimessa alle conferenze di servizi la valutazione delle compatibilità delle nuove grandi strutture di vendita con la sopravvivenza di un'adeguata varietà di tipologie di vendita.

Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Dalle informazioni ricevute, con l'approvazione del Piano urbanistico settoriale, il Comune di Palermo ha individuato le aree utilizzabili per i progetti di Valorizzazione e ne ha predisposti alcuni che sono già in via di approvazione, seguendo gli orientamenti delineati dalle norme regionali (zone A1 ed A2, e lungo gli assi viari e le piazze individuate come a "forte vocazione commerciale".

Tali progetti potranno riguardare:

- a) il censimento degli esercizi commerciali con una consolidata presenza nello stesso settore merceologico e con caratteristiche di pregio;
- b) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali con funzione di magnete o il potenziamento di quelle esistenti, privilegiando la formula dei centri commerciali di qualità e delle gallerie commerciali specializzate in modo da riequilibrare la capacità attrattiva dei centri commerciali periferici;
- c) la creazione di parcheggi pubblici o privati multipiano o interrati;
- d) il rifacimento di illuminazione pubblica e ripavimentazione di vie e piazze;
- e) la pedonalizzazione e la restrizione del traffico lungo vie e piazze, contestualmente ad altri interventi sul sistema del traffico urbano;
- f) il miglioramento delle reti dei trasporti pubblici urbani ed extraurbani;
- g) la realizzazione di alberature ed aree da destinare a verde pubblico di livello locale;
- h) la realizzazione di opere di arredo urbano che migliorino l'estetica, l'identità e la capacità di richiamo dell'area interessata;
- i) il recupero di facciate dotate di valori storici e culturali;
- j) il recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
- k) il recupero di piazze e spazi pubblici da destinare all'attività di commercio su aree pubbliche o a luoghi di esposizioni, di mostre e di attività culturali a carattere periodico, così come la creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e di svago;
- l) l'attuazione di azioni di promozione e marketing urbano.

Le norme regionali prevedono che i comuni, con popolazione superiore ai 3.000 abitanti, oltre all'individuazione delle aree destinate all'insedia-

mento di medie e grandi strutture di vendita, al fine di preservare e sviluppare la funzione del commercio nei centri storici ed in altre aree urbane a forte vocazione commerciale, anche con riferimento al contributo che esso fornisce alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, promuovono la realizzazione di Progetti di valorizzazione commerciale, anche di natura urbanistico - edilizia, volti alla riqualificazione e allo sviluppo del tessuto commerciale, artigianale di servizio e della ricettività, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbana di queste aree.

Tali Progetti di valorizzazione commerciale possono essere promossi per le aree del centro storico e/o per altre aree urbane a forte vocazione commerciale che costituiscono veri e propri "centri commerciali naturali". Detti progetti possono comprendere, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche i pubblici esercizi, le attività turistico-ricettive, d'intrattenimento e svago, di artigianato e di servizio.

I Progetti di valorizzazione commerciale possono, inoltre, prevedere interventi a carattere strutturale, che a titolo esemplificativo possono essere così richiamati:

- a) il censimento degli esercizi commerciali con una consolidata presenza nello stesso settore merceologico e con caratteristiche di pregio;
- b) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali con funzione di "magnete" o il potenziamento di quelle esistenti, privilegiando la formula dei centri commerciali di qualità e delle gallerie commerciali specializzate in modo da riequilibrare la capacità attrattiva dei centri commerciali periferici;
- c) la creazione di parcheggi pubblici o privati pluripiano o interrati;
- d) il rifacimento di illuminazione pubblica e ripavimentazione di vie e piazze;
- e) la pedonalizzazione e la restrizione del traffico lungo vie e piazze, contestualmente ad altri interventi sul sistema del traffico urbano;
- f) il miglioramento delle reti dei trasporti pubblici urbani ed extraurbani;
- g) la realizzazione di alberature ed aree da destinare a verde pubblico di livello locale;
- h) la realizzazione di opere di arredo urbano che migliorino l'estetica, l'identità e le capacità di richiamo dell'area interessata;
- i) il recupero di facciate dotate di valori storici e culturali;



7

Urbanistica commerciale

❖ L'approvazione del già ampiamente citato Piano settoriale urbanistico- commerciale consente di individuare i punti qualificanti, in materia, indicati dal comune di Palermo.

È stato, inoltre, come già accennato, in precedenza approvato nel 1997 il nuovo PRG del comune (variante generale), in cui vengono previste le aree per l'insediamento di strutture commerciali medie e grandi.

Le indicazioni metodologiche previste, invece, dalle norme regionali per le operazioni da compiersi da parte dei comuni sono le seguenti:

- a) un'analisi della rete commerciale in essere, contenente quanto meno la localizzazione e la consistenza di ciascuna media e grande struttura di vendita esistente e la localizzazione delle aree e assi o fronti ove si concentra il commercio di vicinato, con particolare riguardo ai centri commerciali naturali;
- b) la valutazione del dimensionamento attuale della rete distributiva comunale, anche in termini di raffronto con i dati disponibili a livello provinciale e regionale, in rapporto alle tendenze demografiche e socio-economiche, con particolare riguardo ai mutamenti nella struttura dei consumi familiari;
- c) una valutazione delle problematiche poste dalla dislocazione attuale della rete commerciale rispetto all'accessibilità (veicolare, ciclabile, pedonale, coi mezzi pubblici) da parte dell'utenza;
- d) un'analisi delle previsioni del P.R.G. o del Programma di Fabbricazione vigenti, comprendente una mappatura delle possibilità d'insediamento di strutture commerciali in termini localizzativi e di dimensionamento quantitativo e delle relative condizioni normative e requisiti d'insediamento;
- e) l'individuazione delle aree urbane centrali comprendenti sia le aree dei centri storici che eventuali altre aree urbane a forte vocazione commerciale;
- f) la formulazione degli orientamenti dell'Amministrazione comunale circa l'evoluzione della rete distributiva nelle diverse parti del territorio comunale, con particolare riguardo al centro storico e alle altre aree urbane a forte vocazione commerciale individuate, le possibilità d'insediamento di medie strutture di vendita e le aree suscettibili di ospitare grandi strutture di vendita o aree commerciali integrate;

- j) il recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
- k) il recupero di piazze e spazi pubblici da destinare all'attività di commercio su aree pubbliche o a luoghi di esposizioni, di mostre e di attività culturali a carattere periodico, così come la creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e di svago;
- l) l'attuazione di azioni di promozione di marketing urbano.

È inoltre previsto che i comuni individuino nei piani regolatori generali gli immobili, le aree o i complessi di immobili per i quali, in relazione al particolare e specifico pregio storico, archeologico, artistico o ambientale, sono previste disposizioni urbanistiche o regolamentari di salvaguardia connesse all'esercizio di attività commerciali, anche al fine di rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali in rapporto all'arredo urbano e alla viabilità e mobilità dei consumatori. Detta individuazione, oltre a singoli esercizi commerciali, può riguardare parti del tessuto commerciale, pubblici esercizi e attività artigianali, aventi valore storico e artistico o d'interesse ambientale.

Ferme restando le competenze dello Stato in materia di tutela dei beni d'interesse artistico, storico o archeologico, le disposizioni di salvaguardia possono riguardare:

- a) l'esclusione della vendita di determinate merceologie;
- b) le modalità, prescrizioni e limitazioni del commercio su aree pubbliche;
- c) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine e gli elementi di arredo urbano, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi esterni di esercizi commerciali;
- d) in casi eccezionali, quando sia giustificato da fattori di tradizione e dal pregio di ambienti e arredi, la vocazione merceologica determinatasi nel tempo tramite accordi tra comuni e Soprintendenza ai BB.CC.AA.

È da segnalare, inoltre, l'adozione di un decreto dell'assessore regionale per la cooperazione del 12 luglio 2001 con il quale sono state emanate ulteriori direttive particolari per regolamentare gli interventi a favore dei Centri storici e delle aree urbane di interesse commerciale.

- g) la riformulazione delle norme dello strumento urbanistico generale riguardanti i tipi d'uso commerciali e relativi standard e requisiti d'insediamento, per adeguarla alla casistica delle tipologie, di merceologie, di forme di aggregazione e agli indirizzi e requisiti di insediamento contenuti nel presente provvedimento;
- h) la formulazione delle norme urbanistiche relative alle zone di possibile insediamento di attività commerciali, con particolare riferimento alle medie e grandi strutture di vendita, per adeguarle agli orientamenti dell'Amministrazione comunale di cui alla precedente lettera f) e agli indirizzi e requisiti di cui al presente provvedimento;
- i) l'eventuale individuazione di nuove opportunità urbanistiche ove ammettere l'insediamento delle diverse tipologie di attività commerciali.

In linea di indirizzo, nello strumento urbanistico generale, il commercio di vicinato sarà considerato una delle destinazioni d'uso ammesse, insieme ad altre, nelle zone prevalentemente residenziali e miste e, in particolare, negli ambiti urbani consolidati e negli ambiti da riqualificare.

Le medie strutture di vendita saranno invece di norma una delle destinazioni ammesse nelle zone urbane a carattere misto, consolidate o da riqualificare, ma possono anche essere individuate in zone per nuovi insediamenti e in zone specialistiche.

Le grandi strutture di vendita saranno di norma collocate o realizzabili in zone specialistiche e nei poli funzionali di tipo specialistico (quali centri commerciali all'ingrosso, centri interscambio merci, centri fieristici, ecc.).

Al fine di evitare il crearsi di situazioni di monopolio sul mercato immobiliare e di contrastare il formarsi di rendite di posizione, il numero delle aree individuate per l'insediamento di medie e di grandi strutture di vendita dovrà in ogni caso essere sempre superiore al numero delle strutture distributive effettivamente attivabili.

Qualora l'individuazione delle aree per le tipologie d'insediamenti commerciali di cui sopra avvenga nell'ambito di aree già a destinazione commerciale o compatibili con la destinazione del commercio al dettaglio contenute nello strumento urbanistico generale vigente, la documentazione da trasmettere all'Assessore per il territorio e l'ambiente è costituita da una relazione illustrativa ed il testo delle modifiche o integrazioni della normati-

va dello strumento urbanistico generale vigente. Nel caso in cui dette operazioni di individuazione delle aree per insediamenti commerciali investano anche aree precedentemente non classificate o non compatibili per la destinazione d'uso commerciale la relazione illustrativa di cui sopra dovrà comprendere anche le eventuali altre problematiche e relativa modifica normativa e cartografica delle destinazioni d'uso.

Negli ambiti periurbani delle aree metropolitane di Palermo, Catania e Messina e nelle altre aree che si caratterizzano come sistemi urbani complessi di carattere sovracomunale l'obiettivo specifico consiste nella programmazione delle localizzazioni delle aree commerciali integrate e dei parchi commerciali e nella razionalizzazione della presenza e delle possibilità d'insediamento delle grandi strutture di vendita di livello inferiore e superiore, avendo come riferimento le abitudini di consumo della popolazione, l'equilibrio dell'assetto territoriale e il contenimento degli impatti socioeconomici e ambientali.



Concorrenza ed equilibrio del mercato

❖ Non risultano provvedimenti adottati dal comune di Palermo in materia.

In materia, la regione Sicilia sviluppando un particolare sistema di "studi d'impatto", relativo ai nuovi insediamenti, con riferimento alle medie e grandi strutture di vendita, ha cercato di adottare criteri di valutazione più strettamente economico-aziendali.

Consistenze									
PALERMO	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	244	435	2.170	244	429	2.164	0,0%	-1,4%	-0,3%
Non specializzati	231	378	974	205	346	902	-11,3%	-8,5%	-7,4%
Non specializzati prevalenza alimentare	661	1.307	6.437	745	1.421	6.727	12,7%	8,7%	4,5%
Non specializzati prevalenza non alimentare	149	252	946	133	230	882	-10,7%	-8,7%	-6,8%
Frutta e verdura	241	457	1.601	233	451	1.589	-3,3%	-1,3%	-0,7%
Carne e prodotti a base di carne	500	1.105	4.663	496	1.090	4.566	-0,8%	-1,4%	-2,1%
Pesci, crostacei, molluschi	104	207	1.047	103	204	1.040	-1,0%	-1,4%	-0,7%
Pane, pasticceria, dolciumi	370	670	1.834	355	631	1.773	-4,1%	-5,8%	-3,3%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	31	53	320	29	48	316	-6,5%	-9,4%	-1,3%
Tabacco e altri generi di monopolio	275	510	2.102	277	511	2.145	0,7%	0,2%	2,0%
Altri esercizi specializzati alimentari	511	1.025	3.255	486	968	3.031	-4,9%	-5,6%	-6,9%
Farmacie	170	312	1.396	173	311	1.399	1,8%	-0,3%	0,2%
Articoli medicali e ortopedici	38	68	433	47	81	454	23,7%	19,1%	4,8%
Cosmetici e articoli di profumeria	353	537	1.941	358	551	1.997	1,4%	2,6%	2,9%
Prodotti tessili e biancheria	162	269	1.535	160	269	1.530	-1,2%	0,0%	-0,3%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	1.515	2.501	9.770	1.612	2.631	10.154	6,4%	5,2%	3,9%
Calzature e articoli in cuoio	288	423	1.854	289	428	1.873	0,3%	1,2%	1,0%
Mobili, casalinghi, illuminazione	531	953	4.620	548	994	4.835	3,2%	4,3%	4,7%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	236	439	2.057	257	480	2.215	8,9%	9,3%	7,7%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	254	698	3.896	263	723	3.967	3,5%	3,6%	1,8%
Libri, giornali, cartoleria	439	723	2.948	443	737	3.021	0,9%	1,9%	2,5%
Altri esercizi specializzati non alimentari	1.509	2.531	10.791	1.610	2.665	11.186	6,7%	5,3%	3,7%
Articoli di seconda mano	28	29	95	35	37	104	25,0%	27,6%	9,5%
TOTALE	8.840	15.882	66.685	9.101	16.236	67.870	3,0%	2,2%	1,8%

Lo sportello unico al servizio delle attività commerciali

Il processo di avvio e messa a regime dello Sportello unico per le attività produttive previsto dal Decreto legislativo 31 marzo 1998 n° 112 dal titolo “Conferimento di funzioni e compiti amministrativi dello Stato alle regioni ed agli enti locali, in attuazione del capo I della l. 15 marzo 1997, n. 59”, per alcuni, non interseca la materia del commercio, mentre per altri, invece non può prescindere dall’investire anche tale materia assumendo un ruolo determinante per la semplificazione ulteriore dei, pur semplici, procedimenti previsti dalla normativa di settore. Inizialmente, da più parti, si tendeva ad escludere il commercio dall’ambito di applicazione della normativa riguardante lo Sportello Unico per le attività produttive proprio in virtù della formulazione contenuta nel primo comma dell’articolo 1 dell’articolo 1 dello stesso decreto legislativo 31 marzo 1998 n° 112.

Quest’ultimo, infatti, escludeva dall’oggetto del provvedimento, tra le altre, la materia prevista “dal decreto legislativo recante riforma della disciplina in materia di commercio”.

Tale approccio sembrava confermato dalla formulazione contenuta nell’ultimo periodo del primo comma dell’articolo 1 del D.P.R. 20 ottobre 1998 n° 447 che recita: “Resta salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.”.

Tuttavia, già in data 1 luglio 1999 la Conferenza unificata (prevista dall’art. 8 del Decreto Legislativo 28.08.1997 n° 281) aveva sancito che “Poiché le attribuzioni della struttura e dello sportello unico sono riferite agli impianti produttivi di beni e servizi, deve intendersi che le procedure previste dal regolamento n°447 del 1998 si applicano a **qualunque attività produttiva** di beni o servizi, ivi incluse, per esempio, le attività agricole e artigiane, le attività turistiche e

alberghiere, i servizi resi dalle banche e dagli intermediari finanziari, qualora l’attività richieda la localizzazione di impianti, la loro realizzazione, ristrutturazione, ampliamento, cessazione, riattivazione e riconversione, nonché l’esecuzione di opere interne ai fabbricati adibiti a uso di impresa.

Per quanto riguarda l’attività commerciale, la struttura responsabile provvede a tutte le autorizzazioni necessarie, applicando, per quanto riguarda l’autorizzazione all’esercizio delle attività, le previsioni del decreto 31 marzo 1998, n° 114 e valutando a tal fine la possibilità di avvalersi dei centri di assistenza tecnica previsti dall’articolo 23 dello stesso decreto legislativo n° 114/98.” Oggi, ogni dubbio appare fugato dalla formulazione del comma 1-bis introdotto dal D.P.R. 7 dicembre 2000 n° 440 nel testo del D.P.R. 447/98. Esso, infatti, ha, ulteriormente chiarito che “rientrano tra gli impianti di cui al comma 1 quelli relativi a tutte le attività di produzione di beni e servizi, ivi incluse le attività agricole, **commerciali** e artigiane, le attività turistiche ed alberghiere, i servizi resi dalle banche e dagli intermediari finanziari, i servizi di telecomunicazioni.” Ma allora, quale deve essere il compito dello Sportello unico per le attività produttive? Senza alcun dubbio lo Sportello Unico per le attività produttive appare una “Agenzia della semplificazione” (vedasi art. 27 bis Dlgs.112/98) che deve coordinare le attività prima demandate ad altri pezzi della Pubblica Amministrazione mettendole insieme nell’unificazione dei procedimenti amministrativi attorno ad un oggetto: “l’impresa” sia essa agricola, artigianale, commerciale, turistica, alberghiera ecc. Dietro allo sportello Unico per le attività produttive si nasconde la sperimentazione della Pubblica amministrazione unica che non procede



più secondo il modello della parcellizzazione delle competenze e dei provvedimenti autorizzativi tra i diversi pezzi dello Stato, organizzato per materie, ma che agisce intorno ad un “oggetto”, l'impresa, per offrirle quei servizi che un moderno ed efficiente Stato deve offrire nell'interesse di uno sviluppo ordinato e programmato del territorio. Tale arduo compito è stato assegnato all'Ente più vicino all'utente: l'Ente locale per eccellenza ossia il Comune.

Capisaldi del nuovo sistema sono:

- a) l'unicità del procedimento autorizzativo
- b) trasparenza delle procedure e apertura del procedimento alle osservazioni dei soggetti portatori di interessi diffusi;
- c) facoltà per l'interessato di ricorrere all'autocertificazione per l'attestazione, sotto la propria responsabilità, della conformità del progetto alle singole prescrizioni delle norme vigenti;
- d) facoltà per l'interessato, inutilmente decorsi i termini per il rilascio degli atti di assenso previsti, di realizzare l'impianto in conformità alle autocertificazioni prodotte, previa valutazione favorevole di impatto ambientale, ove prevista dalle norme vigenti e purché abbia ottenuto la concessione edilizia;
- e) obbligo della riduzione in pristino nel caso di falsità di alcuna delle autocertificazioni, fatti salvi i casi di errori od omissioni materiali suscettibili di correzioni o integrazioni;
- f) possibilità del ricorso da parte del comune, nella qualità di amministrazione procedente, ove non sia esercitata la facoltà di ricorrere all'autocertificazione, alla conferenza di servizi, le cui determinazioni sostituiscono il provvedimento ai sensi dell'articolo 14 della legge 7 agosto 1990, n. 241
- g) possibilità del ricorso alla conferenza di servizi quando il progetto contrasti con le previsioni di uno strumento urbanistico; in tal caso, ove la conferenza di servizi registri un accordo sulla variazione dello strumento urbanistico, la determinazione costituisce proposta di variante sulla quale si pronuncia definitivamente il consiglio comunale, tenuto conto delle osservazioni, proposte e opposizioni avanzate in conferenza di servizi nonché delle osservazioni e opposizioni formulate dagli aventi titolo ai sensi della legge 17 agosto 1942, n. 1150.
- h) effettuazione del collaudo, da parte di soggetti abilitati non collegati professionalmente ne'

economicamente in modo diretto o indiretto all'impresa, con la presenza dei tecnici dell'unità organizzativa, entro i termini stabiliti; l'autorizzazione e il collaudo non esonerano le amministrazioni competenti dalle proprie funzioni di vigilanza e controllo e dalle connesse responsabilità previste dalla legge.

Tali previsioni, per la forte portata innovatrice e quasi rivoluzionaria trovano notevoli resistenze nei comportamenti burocratici consolidati che stentano a modificarsi in ragione di una diffusa volontà di mantenere in vita comportamenti e “poteri” consolidati rifiutando di percorrere i, seppur ardui, percorsi della innovativa sperimentazione.

Esempio possibile di un percorso di sperimentazione dell'innovazione può essere quello della unificazione, mantenendo inalterati i “poteri” e “pesi” dei singoli componenti, delle conferenze di servizio previste dall'art. 5 del D.P.R. 447/98 e dall'art. 9 del decreto legislativo 31 marzo 1998 n° 114 soprattutto nel caso di insediamento produttivo di tipo commerciale da realizzare in variante allo strumento urbanistico vigente. È anche su questa strada che si è cimentato lo Sportello Unico di Palermo che, sin dall'inizio ha unificato i procedimenti di tipo edilizio-urbanistici, e non solo, all'interno dei procedimenti per l'avvio delle attività commerciali relative alle medie strutture ed all'interno del procedimento autorizzativo per l'avvio delle attività degli esercizi di vicinato per le quali la legge regionale Siciliana prevede una espressa autorizzazione (alimentari e abbigliamento e calzature).

Tale sperimentazione è, di recente stata estesa alle procedure per l'avvio di grandi strutture di vendita “in variante allo strumento urbanistico” avviando tre conferenze di servizio “unificate” relative a grandi strutture di vendita.

All'interno di tali conferenze ogni Ente titolare di “potere di veto” ha mantenuto tale suo potere collaborando, tuttavia con tutti gli altri enti alla soluzione delle problematiche relative all'insediamento produttivo di tipo commerciale nell'ottica della collaborazione e del superamento della rigida visione burocratica del singolo atto di assenso.

Gabriele Marchese

*Dirigente coordinatore settore attività produttive
Assessorato attività produttive del Comune di Palermo*

Messina

Comune di

Orari

A) Derghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Con ordinanza sindacale per l'anno 2002 il comune di Messina ha stabilito:

- che gli esercizi del settore alimentare possono facoltativamente aprire nelle ore antimeridiane per tutte le domeniche comprese nei mesi da gennaio a dicembre;
- nel mese di agosto: apertura antimeridiana per tutti gli esercizi; apertura per l'intera giornata e per tutte le domeniche e festivi solo con riferimento ad una serie elencata di zone comunali;
- che gli esercizi del settore non alimentare possono aprire facoltativamente, con libera scelta dell'orario in tutte le domeniche di gennaio e in una domenica individuata in ciascuno dei mesi di febbraio, marzo, aprile, maggio, luglio, agosto, settembre, due nei mesi di giugno, ottobre e novembre e per tutte le domeniche di dicembre.

B) Aperture notturne

- ❖ Non si dispone di elementi documentali sufficienti a verificare l'adozione di provvedimenti

comunalmente autorizzatori per l'apertura notturna dei negozi.

Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

- ❖ La legge regionale di attuazione della riforma ha disposto che i comuni individuino i limiti cui sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali, ambientali e dell'arredo urbano, nonché i limiti ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale.

Non si è però in possesso di documentazione relativa ad eventuali limiti all'apertura degli esercizi di vicinato adottati dal comune di Messina, tranne quelli derivanti dalle regole generali disposte con legge regionale n.28/99 di cui al numero successivo.

Procedimenti amministrativi

A) Apertura esercizi di vicinato

- ❖ La legge regionale di attuazione prevede tre raggruppamenti merceologici (differenziandosi

in tal modo da quanto stabilito con il D.Lgs. n.114/98):

- I alimentare e prodotti per l'igiene e la casa;
- II abbigliamento e calzature;
- III prodotti vari non compresi nel raggruppamento II.

In base a tali disposizioni, l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di un esercizio di vicinato di cui al raggruppamento III, sono soggetti a comunicazione da presentarsi presso l'ufficio del comune competente per territorio e possono essere effettuati decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.

Nella comunicazione il soggetto interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di legge;
- b) di avere rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso;
- c) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

L'apertura di un esercizio di vicinato di cui ai raggruppamenti I e II, è, invece, soggetta ad autorizzazione rilasciata dal comune. Il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di un esercizio di vicinato di cui ai raggruppamenti I e II, sono soggetti a previa comunicazione con raccomandata postale al comune competente per territorio e possono essere effettuati, decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.

Non sono soggetti ad autorizzazione aggiuntiva, ma a semplice comunicazione al comune, gli ampliamenti degli esercizi di vicinato esistenti, per una sola volta, fino ad una percentuale del 20 per cento della superficie già occupata.

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ Secondo le norme regionali, l'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie e l'estensione di settore merceologico di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal comune.

Il procedimento amministrativo è attivato con domanda del richiedente nei casi di:

- nuovo esercizio;
- concentrazione di esercizi preesistenti;
- trasferimento di sede;
- ampliamento di superficie di vendita oltre il limite del 20% della superficie occupata;
- ampliamento della superficie di vendita a seguito di accorpamento;

- estensione di settore merceologico.

Il procedimento amministrativo di:

- ampliamento della superficie di vendita oltre nel limite del 20% della superficie occupata;
- subingresso nella titolarità dell'esercizio;
- riduzione della superficie di vendita;
- riduzione di settore merceologico;
- cessazione di attività,

è attivato con comunicazione da parte dell'interessato all'amministrazione comunale.

Nella domanda, presentata attraverso l'apposita modulistica pubblicata congiuntamente al provvedimento comunale dell'ottobre 2001, l'interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti di legge;
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

Nel termine di 90 giorni dalla data di ricevimento delle domande, qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, le domande devono ritenersi accolte.

Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato:

- alla presentazione da parte dell'interessato di un progetto tecnico - illustrativo dell'iniziativa nel suo complesso;
- al possesso dei requisiti morali e di quelli professionali;
- al rispetto delle norme urbanistiche e di quelle relative alla destinazione d'uso ed ai regolamenti edilizi;
- al rispetto dei regolamenti di polizia urbana, annonaria ed igienico sanitaria;
- al rispetto del regolamento comunale di igiene.

Oltre a tali criteri il rilascio dell'autorizzazione è subordinato:

- alla verifica del rispetto degli standard urbanistici di parcheggio e di verde pubblico e di parcheggi pertinenziali funzionalmente collegati alla struttura di vendita con capacità adeguata alle vigenti disposizioni in materia;
- alla verifica dell'esistenza di idonei collegamenti pedonali e viari che assicurino una funzionale accessibilità alla struttura di vendita;
- alla verifica della previsione di idonee aree destinate a parcheggio distinte per classi di veicoli nonché alle aree destinate ad operazioni di carico e scarico delle merci.

Il progetto tecnico- illustrativo dovrà contenere i seguenti elementi:

- descrizione dell'area di insediamento della struttura con indicati tutti i riferimenti relativi allo stato di fatto ed allo stato di progetto;



- descrizione delle caratteristiche dell'iniziativa;
- descrizione della struttura che si intende realizzare, riconvertire, ristrutturare, ampliare con specifica della destinazione dei singoli vani, nonché illustrazione del relativo progetto architettonico;
- descrizione delle aree per i parcheggi distinti per classi di veicolo, nonché delle aree destinate ad operazioni di carico e scarico merci.

Al progetto occorre, inoltre, allegare:

- planimetria dei locali di vendita con legenda relativa al lay out delle diverse zone di intervento;
- un elaborato grafico relativo alla sistemazione dell'insediamento commerciale con particolare riguardo alla viabilità, alle aree di carico e scarico all'applicazione degli standard di parcheggio e verde pubblico ed ai parcheggi pertinenziali per la clientela;
- un estratto di mappa catastale relativo alle aree interessate dalla domanda di autorizzazione;
- stralcio planimetrico del PRG vigente e/o adottato;
- certificato di agibilità o abitabilità;
- relazione tecnica contenente la descrizione della rete viaria esistente e di progetto, dei flussi di traffico esistenti e prevedibili a medio termine, della situazione relativa alla mobilità ed ai servizi di trasporto collettivo, nonché la previsione dei flussi di traffico previsti a seguito dell'apertura della nuova struttura ed illustrazione delle soluzioni che si intendono adottare per il miglioramento della mobilità sulla rete viaria di riferimento.

Nel caso in cui l'immobile in cui si colloca la nuova iniziativa commerciale sia già esistente dovrà essere attestato:

- se la destinazione commerciale che si intende attivare è conforme alla disciplina urbanistica localmente vigente e, quindi, se ricade in un'area in cui possono essere consentiti insediamenti di medie strutture di vendita;
- la disponibilità ad assicurare la dotazione di spazi per la copertura degli standard urbanistici relativi al verde e parcheggio pubblico e l'osservanza delle dotazioni minime dei parcheggi pertinenziali per la clientela e delle aree di carico e scarico merci richiesti dallo strumento urbanistico localmente vigente in relazione al tipo di struttura di vendita ed alla relativa localizzazione;
- la necessità di effettuare interventi edilizi di ristrutturazione o ampliamento dell'immobile i cui si intende insediare l'attività commerciale;

- se è già stata o meno presentata la domanda volta ad ottenere i titoli edilizi per realizzare gli interventi elencati.

Infine, costituisce atto dovuto il rilascio dell'autorizzazione:

- all'apertura di una media struttura avente una superficie di vendita non superiore ai 1.500 mq.;
- all'ampliamento oltre il limite del 20%, della superficie di vendita di una media struttura di vendita nell'ambito dei 1.500mq.;

Il rilascio di tali autorizzazioni è dovuto, però, nel rispetto delle seguenti condizioni:

- che sia attuata la concentrazione o l'accorpamento di esercizi rientranti nei limiti dimensionali fino ai 200mq. nel caso di esercizi di vicinato e fino ai 1.500mq. nel caso di medie strutture di vendita;
- che gli esercizi accorpati o concentrati siano stati autorizzati ai sensi dell'art. 24 della legge n. 426/71 e siano operanti nello stesso comune;
- che il richiedente si impegni al reimpiego del personale dipendente, con contratto di lavoro a tempo indeterminato, negli esercizi oggetto di concentrazione o accorpamento;
- che la superficie di vendita del nuovo esercizio non superi la somma dei limiti massimi indicati dalla legge regionale per gli esercizi di vicinato (200 mq.) tenuto conto del numero degli esercizi accorpati o concentrati oppure dell'effettiva superficie di vendita autorizzata, qualora la superficie di detti esercizi sia superiore ai predetti limiti.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ Sulla base delle norme regionali, l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di una grande struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal comune competente per territorio nel rispetto della programmazione urbanistico- commerciale ed in conformità alle determinazioni adottate dalla conferenza di servizi.

Nella domanda l'interessato dichiara:

- a) di essere in possesso dei requisiti morali e professionali;
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

La domanda di rilascio dell'autorizzazione è esaminata da una conferenza di servizi, indetta dal comune competente per territorio, entro 60 giorni dal ricevimento, composta da quattro membri, rappresentanti rispettivamente l'Asses-

sorato regionale della cooperazione, del commercio, dell'artigianato e della pesca, la provincia regionale, il comune e la camera di commercio territorialmente competenti, che decide in base alla conformità dell'insediamento ai criteri di programmazione ed alle priorità di cui alle norme regionali.

Le deliberazioni della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti entro 90 giorni dalla convocazione; il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione, il cui voto comunque prevale in caso di parità.

Alle riunioni della conferenza di servizi partecipano a titolo consultivo i rappresentanti dei comuni contermini, delle organizzazioni dei consumatori, dei lavoratori del settore e delle imprese del commercio più rappresentative a livello regionale.

Il Presidente della Regione, previa deliberazione della Giunta di governo, su proposta dell'Assessore regionale per la cooperazione, il commercio, l'artigianato e la pesca adotta, con proprio decreto, le norme sul procedimento concernente le domande relative alle grandi strutture di vendita; stabilisce il termine, comunque non superiore a 120 giorni dalla data di convocazione della conferenza di servizi, entro il quale le domande devono ritenersi accolte qualora non venga comunicato il provvedimento di diniego, nonché tutte le altre norme atte ad assicurare trasparenza e snellezza dell'azione amministrativa e la partecipazione al procedimento.

È comunque richiesta una nuova autorizzazione nei seguenti casi:

- a) ampliamenti superiori al 10% della superficie di vendita: ampliamenti fino al 10% della superficie di vendita autorizzata, necessari per adeguarla ai mutamenti delle condizioni di mercato, non richiedono autorizzazione se fatti dopo due anni dall'apertura di una grande superficie di vendita; oltre tale limite, o per ampliamenti di qualunque portata prima di due anni dall'apertura dell'esercizio commerciale, è richiesta una nuova autorizzazione;
- b) trasferimenti: il trasferimento di una grande superficie di vendita, all'interno del Comune di insediamento, comporta la richiesta di una nuova autorizzazione; il relativo studio di impatto andrà condotto limitatamente a impatto sul traffico, impatto ambientale e alle implicazioni urbanistiche generali;

- c) modifica dell'orientamento merceologico: per le grandi superfici di vendita non alimentari con superficie di vendita superiore a 2.500 mq. e per i centri commerciali, con riferimento alle grandi superfici di vendita non alimentari di analoga dimensione in essi incluse, il cambiamento della specializzazione merceologica comporta la richiesta di una nuova autorizzazione.

Per cambiamento della specializzazione merceologica, oltre al passaggio da alimentare a non alimentare e viceversa, per la quale l'autorizzazione è comunque richiesta, si intende il passaggio da uno all'altro dei gruppi di codici ATECO 91 elencati di seguito: 52.32 e 52.33; 52.41 e 52.44; 52.42 e 52.43; 52.45; 52.46; 52.47; 52.48.

L'appartenenza ai diversi codici ATECO 91 è stabilita in base al criterio di prevalenza così come definito dall'I.S.T.A.T.

Salvo casi di forza maggiore, se entro due anni dalla data di concessione dell'autorizzazione da parte del Comune competente l'iniziativa commerciale non è entrata in attività, l'autorizzazione decade.

D) Apertura centro commerciale

❖ Per quanto riguarda le norme sulle procedure autorizzative, i centri commerciali sono equiparati a singoli esercizi aventi una superficie di vendita pari alla loro superficie di vendita complessiva; analoga equiparazione è stabilita per i requisiti urbanistici.

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ In sede di esame della domanda di autorizzazione commerciale o del progetto edilizio da parte degli uffici comunali interessati, qualora l'iniziativa concerna una media struttura, o da parte della conferenza dei servizi, qualora l'iniziativa riguardi una grande struttura di vendita, dovrà essere verificata la compatibilità dell'iniziativa medesima sotto l'aspetto dei requisiti urbanistici ed edilizi (con particolare riferimento alle dotazioni degli standard pubblici di verde e parcheggio e di dotazioni minime di parcheggi pertinenziali) e della valutazione dell'impatto sulla viabilità.

Qualora l'esito di tale valutazione sia negativo non potrà procedersi alla valutazione di ammissibilità della richiesta di autorizzazione, pur se la stessa assolve agli altri requisiti sotto il profilo della programmazione commerciale.

Il rilascio della concessione o autorizzazione edilizia relativa alle medie strutture di vendita può essere contestuale o successivo al rilascio dell'autorizzazione commerciale.

Nel caso in cui sia stato presentato un progetto tecnico esecutivo, le concessioni o le autorizzazioni edilizie relative alle grandi strutture di vendita devono essere rilasciate dal comune interessato entro 60 giorni dalla determinazione positiva assunta dalla conferenza di servizi sull'iniziativa medesima. Nel caso in cui sia stato presentato il solo progetto tecnico di massima, il comune interessato deve rilasciare le concessioni o le autorizzazioni edilizie entro 60 giorni dalla presentazione dell'istanza del relativo titolo edilizio.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

❖ Si fa riferimento a quanto descritto al numero 3 lettere B) e C).

Medie strutture di vendita

A) Classificazione tipologica e/o classificazioni territoriali

❖ Per medie strutture di vendita si intendono: gli esercizi aventi superficie compresa tra 101 e 600 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti; compresa tra 151 e 1.000 mq. nei comuni con popolazione residente compresa tra 10.000 e 100.000 abitanti; con superficie compresa tra 201 e 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 100.000 abitanti.

B) Criteri qualitativi

❖ Non sono previsti particolari criteri qualitativi per i singoli esercizi.

C) Standard urbanistici

❖ Sulla base delle norme regionali, in linea generale, valida per tutte le tipologie distributive, i parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni, o porzioni di aree o costruzioni, adibiti al parcheggio dei veicoli, al servizio esclusivo di un determinato insediamento.

Nei parcheggi pertinenziali le dimensioni lineari del singolo posto auto, al netto degli spazi di manovra, non devono essere inferiori a ml. 2,5 x 4,8.

La superficie convenzionale di un "posto auto", comprensiva dei relativi spazi di disimpegno, si considera pari a mq. 25.

I parcheggi pertinenziali di un esercizio com-

merciale o centro commerciale devono essere di uso comune, cioè destinati a tutti i clienti. Pertanto devono essere collocati e organizzati in modo da essere accessibili liberamente e gratuitamente dai clienti stessi; possono trovarsi all'interno di recinzioni, salvo norme contrarie della disciplina urbanistica comunale, ma in tale caso le chiusure degli accessi devono essere eventualmente operanti solamente nelle ore e nei giorni in cui l'attività di cui sono pertinenza è chiusa.

I parcheggi pertinenziali sono generalmente localizzati nello stesso complesso edilizio che contiene l'unità o le unità immobiliari di cui sono pertinenza; possono altresì essere localizzati anche in altra area o unità edilizia posta in un ragionevole raggio di accessibilità pedonale (di norma entro 300 metri), purché permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale, e purché collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiedi, attraversamenti segnalati) e privo di barriere architettoniche.

I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area distinta dagli spazi pubblici per attività collettive, verde pubblico e parcheggi pubblici, senza sovrapposizioni.

Nel caso di strutture di vendita con più di 100 dipendenti è opportuno che nell'ambito dei parcheggi pertinenziali sia individuata una porzione specifica destinata ai dipendenti della struttura di vendita.

Nel caso di strutture di vendita con parcheggi pertinenziali per una capacità complessiva superiore ai 100 posti-auto, e dislocati in più gruppi di posti auto con accessi differenziati, è prescritto l'impianto di segnalamento automatico che indirizzi gli utenti verso l'accesso più opportuno in relazione alla disponibilità di posti.

In ogni caso devono essere assicurate efficaci soluzioni di accesso e adottati tutti gli accorgimenti necessari ad agevolare la fruizione dei parcheggi e l'accessibilità da questi ai punti di vendita, con particolare riferimento al superamento delle barriere architettoniche.

I parcheggi pertinenziali possono essere realizzati in superficie e alberati, oppure in soluzioni interrato o fuori terra, anche multipiano, secondo i limiti di edificazione stabiliti dal P.R.G.

Nel caso di grandi parcheggi sono da preferire, nella disciplina urbanistica comunale, le soluzioni interrato e/o pluripiano, le quali rendano minima l'estensione della superficie che viene impermeabilizzata.



Tali soluzioni sono da prescrivere in particolare nel caso di parcheggi pertinenziali di capacità superiore a 100 posti-auto in aree ad elevata permeabilità, quali i terrazzi fluviali e i conoidi di pianura.

Gli strumenti urbanistici comunali stabiliscono le dotazioni necessarie di parcheggi pertinenziali per la clientela, in relazione alle diverse tipologie distributive e ai settori merceologici in cui operano, rispettando comunque i seguenti valori minimi:

- a) esercizi di vicinato: va richiesta di norma la medesima dotazione, in termini quantitativi, che è richiesta per la funzione residenziale, fermo restando che si deve trattare di spazi aperti direttamente accessibili da parte della clientela;
- b) medie strutture di vendita alimentari o miste: va richiesta una dotazione di mq. 1,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- c) medie strutture di vendita non alimentari: va richiesta una dotazione di mq. 0,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

In aggiunta alle dotazioni prescritte di posti-auto, la strumentazione urbanistica comunale può prescrivere adeguate dotazioni di posti per motocicli e per biciclette, con particolare riferimento alle medie strutture di vendita.

Dalla documentazione inviata non si ha notizia delle previsioni comunali relative alle dotazioni di parcheggi.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Negli ambiti periurbani delle aree metropolitane di Palermo, Catania e Messina e nelle altre aree che si caratterizzano come sistemi urbani complessi di carattere sovracomunale l'obiettivo specifico, dettato dalle norme regionali, consiste nella programmazione delle localizzazioni delle aree commerciali integrate e dei parchi commerciali e nella razionalizzazione della presenza e delle possibilità di insediamento delle grandi strutture di vendita di livello inferiore e superiore, avendo come riferimento le abitudini di consumo della popolazione, l'equilibrio dell'assetto territoriale e il contenimento degli impatti socioeconomici e ambientali. Per conseguire tale obiettivo si ritiene necessario porre in essere le seguenti azioni:

- a) armonizzare ed eventualmente integrare la presenza di grandi strutture di vendita di livello inferiore e superiore in modo da tendere al riequilibrio urbanistico di aree di frangia costituite da tessuti urbani da riqualificare;

- b) razionalizzare l'accessibilità nelle aree ove si sono insediate grandi strutture commerciali, garantendo la funzionalità della scelta localizzativa rispetto alla rete degli altri servizi di pubblico interesse;

- c) favorire la concentrazione delle grandi e medie strutture di vendita in aree commerciali e parchi commerciali collocate in prossimità dei nodi infrastrutturali che garantiscano condizioni di elevata accessibilità e comunque su aree già dotate delle necessarie infrastrutture;

- d) tenere conto:

- dell'esistenza o della previsione di realizzazione contestuale delle opere di urbanizzazione primaria necessarie;
- della fattibilità degli interventi in rapporto alle caratteristiche geologiche, idrogeologiche ed idrauliche dell'area interessata;
- dell'esistenza di spazi per i parcheggi in quantità adeguata, e comunque non inferiore alle prescrizioni contenute nella presente normativa.

Non si riscontrano, dalla documentazione a disposizione, previsioni numerico-quantitative relative alle medie strutture di vendita.

5

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazioni territoriali

❖ In base a quanto disposto dalla regione, per grandi strutture di vendita si intendono: gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita a seconda delle classi demografiche dei comuni.

I comuni, ai fini dell'adeguamento dei propri strumenti urbanistici, articolano le norme relative alle grandi strutture di vendita in relazione alla seguente ulteriore specificazione in classi dimensionali:

- a) grandi strutture di vendita di livello inferiore: gli esercizi commerciali aventi una superficie di vendita superiore ai limiti delle medie strutture (sopra i 1.500mq.) fino a 5.000 mq.;
- b) grandi strutture di vendita di livello superiore: gli esercizi commerciali aventi una superficie di vendita superiore a 5.000 mq.

Per popolazione residente si intende quella risultante dal dato anagrafico riferito al 31 dicembre dell'anno precedente.

Si definisce centro commerciale un insieme di diversi esercizi di vendita al dettaglio progettati e

realizzati unitariamente, inseriti in una struttura edilizia fisicamente continua a destinazione specifica, che condividono strutture e infrastrutture comuni gestite unitariamente. I centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.).

Rientrano nella definizione di centro commerciale i Factory Outlet Center, ovvero i centri commerciali costituiti da punti di vendita gestiti direttamente o indirettamente da produttori di beni che vi localizzano propri punti di vendita.

Vengono assimilati ai centri commerciali anche le “aree commerciali integrate” o “parchi commerciali”, vale a dire aree connotate dalla compresenza di più strutture commerciali e di servizio fisicamente separate, ma dotate di infrastrutture comuni e costituenti un unico polo di offerta.

Negli strumenti urbanistici si definisce area commerciale integrata o parco commerciale un'area di norma interessante almeno due ettari di superficie territoriale, specialmente dedicata alle attività commerciali al dettaglio, all'interno della quale esista o venga progettata una pluralità di edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari.

L'area commerciale integrata deve comprendere più strutture di medie e/o grandi dimensioni. Essa è configurabile come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti e dotata di servizi esterni comuni (quali parcheggi, percorsi pedonali, parchi gioco per ragazzi e simili), ma costituita da più unità edilizie autonome realizzate o da realizzarsi anche in tempi diversi.

L'area commerciale integrata viene definita di livello superiore se comprende grandi strutture di vendita di livello superiore e comunque se la sua superficie territoriale totale supera i 5 ettari.

Si individuano 4 tipi di centro commerciale:

- a) mercato coperto: aggregazione di almeno 4 esercizi di vicinato all'interno di una struttura comune;
- b) centro commerciale locale urbano: è costituito da almeno 6 esercizi di vendita e ha una superficie di vendita complessiva inferiore a 2.500 mq. All'interno del centro commerciale è possibile localizzare anche attività di servizio;
- c) medio centro commerciale: è costituito da almeno 8 esercizi di vendita e ha una superficie di vendita complessiva compresa tra 2.500 e 5.000 mq. All'interno del centro commerciale è

possibile localizzare anche attività di servizio;

- d) grande centro commerciale: è costituito da almeno 8 esercizi di vendita e ha una superficie di vendita complessiva superiore a 5.000 mq. La quota di superficie dei punti di vendita di piccole dimensioni (equiparabili a esercizi di vicinato) non può essere inferiore al 30% del totale della superficie di vendita del centro commerciale. All'interno del centro commerciale è possibile localizzare anche attività di servizio.

Dalla documentazione inviata non si ha notizia dell'adozione di norme comunali in materia.

B) Criteri qualitativi

- ❖ Non si riscontra la previsione di particolari criteri qualitativi obbligatori ai fini dell'apertura di grandi strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

- ❖ Oltre ai criteri generali relativi alle dotazioni di parcheggi ed aree verdi illustrate in precedenza alla lettera C) del numero 4), per le grandi strutture di vendita la regione ha previsto le seguenti specifiche:

- per le grandi strutture di vendita alimentari o miste con superficie inferiore ai 5.000 mq.: va richiesta una dotazione di mq. 2,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- per le grandi strutture di vendita non alimentari con superficie di vendita inferiore a 5.000 mq.: va richiesta una dotazione di mq. 1,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- per le grandi strutture di vendita alimentari o miste con superficie superiore ai 5.000 mq.: va richiesta una dotazione di mq. 2,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- per le grandi strutture di vendita non alimentari con superficie di vendita superiore ai 5.000 mq.: va richiesta una dotazione di mq. 2,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;
- per i centri commerciali: la dotazione di parcheggi pertinenziali è calcolata distintamente:
 - 1) per le medie e grandi strutture di vendita in esso presenti secondo le tipologie indicate, la dotazione richiesta è quella riportata sopra;
 - 2) per la rimanente parte degli esercizi commerciali, per le attività paracommerciali ed altre attività di servizio in esso presenti, la dotazione di parcheggio pertinenziale per la clientela è prevista in mq. 1,0 per ogni metro quadro di superficie lorda di pavimento.

Le dotazioni di parcheggio pertinenziale per la clientela sopra indicate assorbono eventuali ulteriori dotazioni di parcheggi pertinenziali prescritte da norme statali e regionali.

La disponibilità delle aree per parcheggio, nelle misure elencate, costituisce requisito essenziale per il rilascio dell'autorizzazione per la vendita al dettaglio ed il venir meno di tale requisito costituisce motivo di revoca della medesima.

Al fine, poi, di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione ed al consolidamento della rete distributiva preesistente, i comuni possono richiedere dotazioni di parcheggio pertinenziale inferiori a quelle segnalate precedentemente nei soli seguenti casi:

- a) nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale, qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga in misura significativa a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri, e purché gli interventi siano limitati alla ristrutturazione edilizia e al cambio di destinazione d'uso. Le dotazioni di cui sopra sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;
- b) nel caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata;
- c) nel caso la realizzazione di centri commerciali al dettaglio nei centri storici e/o in altre aree urbane a forte vocazione commerciale determini dei flussi di traffico aggiuntivo.

Nei casi delle lettere a), b) e c) sopra indicati il Comune può richiedere in alternativa la "monetizzazione" parziale o totale delle dotazioni prescritte in materia di aree di parcheggi pubblici e verde pubblico. Le risorse finanziarie in tal modo acquisite dai comuni sono riservate al reperimento e alla realizzazione di parcheggi pubblici e verde pubblico, alla realizzazione di opere di arredo urbano ed al miglioramento dell'accessibilità con mezzi pubblici o piste ciclabili nell'ambito del contesto urbano coinvolto dall'insediamento commerciale.

Le grandi strutture di vendita devono essere dotate di un'area pertinenziale riservata alle operazioni di carico e scarico merci e al parcheggio dei veicoli merci, dimensionata secondo le esigenze attese.

Detta area deve essere delimitata rispetto alle

aree di parcheggio con un'idonea segnaletica orizzontale e verticale e deve essere raccordata con l'innesto sulla viabilità pubblica con un percorso differenziato rispetto ai percorsi dei veicoli dei clienti.

Per le grandi strutture di vendita è inoltre preferibile, ove possibile, realizzare due innesti separati, per le merci e per la clientela, su strade pubbliche diverse.

I comuni, privilegiando norme di autoregolamentazione concertata, disciplinano l'orario di carico e scarico delle merci nell'ambito dei centri storici, cercando di concentrarlo nelle ore di minor traffico ed evitando lo sviluppo dell'inquinamento acustico.

I comuni, nel disciplinare la sosta su suolo pubblico, devono considerare che per la vitalità del commercio nei centri storici e nei luoghi del commercio in generale deve essere privilegiata la possibilità di parcheggio gratuito, sia pure per breve durata. In tali ambiti territoriali le medie e grandi strutture di vendita devono dimostrare la disponibilità di parcheggio, anche attraverso apposito convenzionamento con infrastrutture già operanti.

In alternativa il Comune, nei propri strumenti urbanistici generali o particolareggiati, deve prevedere apposita normativa per la monetizzazione, in modo da contribuire alla costituzione di un fondo destinato al finanziamento della realizzazione di parcheggi di iniziativa pubblica dedicati alle zone di prevalente insediamento commerciale.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ La regione Sicilia non ha predisposto una pianificazione periodica di tipo numerico-quantitativa, quanto piuttosto un sistema di analisi caso per caso, basato su di una serie di parametri legati anche agli aspetti ed alle dinamiche economico-concorrenziali del settore.

Il rilascio di autorizzazioni per grandi strutture di vendita è, infatti, subordinato alla redazione di uno studio di impatto che fornisce tutti i riferimenti conoscitivi necessari per la valutazione effettuata in sede di conferenza di servizi.

Gli studi di impatto costituiscono il documento base per la verifica della congruità delle iniziative commerciali e dovranno essere allegati all'istanza di autorizzazione per l'esercizio di grandi strutture di vendita presentata al Comune competente per territorio.



Per le grandi strutture di vendita al di sotto dei 2.500 mq. di superficie di vendita gli studi di impatto possono essere redatti secondo modalità semplificate.

Per le grandi strutture di vendita collocate all'interno dei centri storici o in altre aree urbane a forte vocazione commerciale che i comuni abbiano individuato come tali, gli studi di impatto dovranno essere redatti secondo modalità specifiche più sotto descritte.

Gli ampliamenti e trasferimenti di grandi strutture di vendita, sono assimilati a nuove aperture e necessitano di un'autorizzazione secondo le modalità stabilite in generale dalle norme attuative.

I centri commerciali, qualora la somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali che in essi operano superi la soglia che definisce una grande struttura di vendita, sono soggetti ad autorizzazione secondo le modalità di seguito illustrate. L'autorizzazione è unica, relativa al complesso degli esercizi che operano nel centro commerciale.

Gli studi di impatto dovranno avere i seguenti contenuti,

a) *Caratteristiche dell'iniziativa*

Devono essere fornite le seguenti indicazioni:

- se l'autorizzazione richiesta riguarda un singolo punto di vendita o un insieme di punti di vendita che configurano un centro commerciale;
- la superficie di vendita dell'esercizio/i;
- l'orientamento merceologico dell'esercizio/i, specificando, oltre ad alimentare e non alimentare, le eventuali specializzazioni merceologiche secondo lo schema ATECO 91 sulla base del criterio di prevalenza. Nel caso di centri commerciali, relativamente agli esercizi commerciali singolarmente inferiori alla soglia della media struttura di vendita, è sufficiente l'indicazione del mix di specializzazioni previste dal progetto.

b) *Bacino di attrazione*

Va individuato il bacino di attrazione dell'iniziativa commerciale, specificando per gli esercizi alimentari e misti le tre isocrone corrispondenti a 10, 20 e 30 minuti auto e per quelli non alimentari le tre isocrone corrispondenti a 20, 30 e 40 minuti auto, o corrispondenti ad altre soglie che il proponente ritiene, motivandolo, meglio rappresentare il particolare orientamento merceologico dell'iniziativa commerciale. Le modalità utilizzate per il computo delle isocrone devono essere rese esplicite nello studio di impatto. Ai fini della determinazione del bacino di attrazione, va fatto riferimento ai comuni interni alla isocrona di 30 minuti, esclu-

si quelli per i quali i residenti interni a tale isocrona costituiscono meno del 10% del totale comunale.

c) *Spesa attratta*

Va indicato, per ciascuna delle aree corrispondenti alle due isocrone in cui è suddiviso,

il bacino di attrazione di cui alla lettera b) e a quella residua, il volume di spesa che si prevede venga attratto dalla nuova iniziativa.

d) *Conto economico semplificato*

Va presentato un conto economico semplificato dell'iniziativa, riferito alle condizioni ipotizzate quando essa sia entrata a regime. Vanno evidenziati: il volume di vendite al netto Iva; il margine lordo; il costo del personale; i costi di affitto, eventualmente imputati se l'immobile è di proprietà.

e) *Implicazioni urbanistiche generali*

Lo studio di impatto dovrà specificare se l'iniziativa proposta si inserisce in uno degli ambiti territoriali previsti dalla legge regionale: aree metropolitane, sistemi comunali integrati, aree di sviluppo industriale. In merito, devono inoltre essere fornite le seguenti indicazioni:

- raccordo dell'iniziativa con gli obiettivi di organizzazione spaziale del comune/area metropolitana/sistema comunale integrato, evidenziando se e come l'iniziativa commerciale proposta contribuisce a raggiungerli; in particolare, andrà fatto riferimento all'attuale struttura della mobilità, a eventuali effetti di ripolarizzazione indotti dall'iniziativa e alle previsioni di investimento pubblico nella rete viaria;
- contributo dell'iniziativa a progetti di recupero/riorganizzazione dell'area di insediamento e/o di edifici di pregio architettonico;
- collegamento dell'iniziativa con la realizzazione di altre strutture di servizio per l'area interessata;
- nel caso di insediamenti nelle aree di sviluppo industriale, rispetto dei vincoli di utilizzo commerciale per tali aree.

f) *Impatto sul traffico*

Oltre a quanto stabilito alla lettera precedente, per poter valutare eventuali effetti di congestione o di decongestione, il proponente deve attenersi alle indicazioni di carattere metodologico relative alle verifiche di impatto sulla viabilità indicate dalle norme attuative regionali e comunali.

g) *Impatto ambientale*

Oltre al rispetto delle norme vigenti in materia ambientale, andranno evidenziate le iniziative prese per l'inserimento armonico della struttura edilizia dell'iniziativa commerciale nel contesto

ambientale di insediamento, quali il rispetto di elementi architettonici caratteristici, l'interramento dei parcheggi, alberature.

h) *Impatto commerciale*

Le indicazioni fornite nello studio di impatto dovranno avere i seguenti contenuti:

- il proponente deve presentare una valutazione sull'impatto della nuova iniziativa sul tessuto commerciale esistente. Tale valutazione dovrà riguardare distintamente le quote di venduto che la nuova iniziativa sottrae alle medie e grandi strutture di vendita esistenti e agli esercizi di vicinato;
- nel caso in cui il proponente già disponga di medie e grandi strutture di vendita operanti nello stesso comparto (alimentare e non alimentare) con la medesima insegna, in proprietà o collegata alla stessa centrale d'acquisto, nell'area definita dall'isocrona corrispondente a 30 minuti auto, va stimata la quota di mercato congiunta, eventualmente computando nella stima di mercato le vendite degli altri esercizi commerciali per la parte di vendite relativa all'area di sovrapposizione dei due bacini di mercato.
- la quota di mercato deve essere riferita a tutta la rete commerciale, includendo quindi esercizi di vicinato e medie e grandi strutture di vendita, con la medesima specializzazione merceologica. Se tale quota supera un terzo del totale, la nuova iniziativa commerciale non potrà essere autorizzata; nel caso dei centri commerciali, la presente verifica va effettuata relativamente a tutti gli esercizi commerciali singolarmente superiori alla soglia di una media struttura di vendita;
- eventuale concentrazione di preesistenti strutture di vendita.

i) *Impatto occupazionale*

Lo studio di impatto deve contenere una valutazione del saldo netto occupazionale che l'iniziativa commerciale presumibilmente avrà. Nella valutazione andranno considerati sia gli effetti diretti positivi, nuovi posti di lavoro, e negativi, posti di lavoro persi da altri esercizi commerciali, sia quelli indiretti. In questo secondo caso andrà valutata l'entità dell'attivazione di occupazione in aziende terze (ad esempio, imprese di pulizia, imprese di vigilanza, ecc.) e gli eventuali effetti occupazionali conseguenti alla sostituzione di fornitori locali con fornitori localizzati in altre Regioni o paesi.

Se la nuova iniziativa commerciale nasce per concentrazione di preesistenti strutture di vendita, va indicata l'eventuale assunzione dell'impe-

gno di reimpiego del personale dipendente di tali strutture.

Per le grandi strutture di vendita collocate all'interno dei centri storici o in altre aree urbane a forte vocazione commerciale che i comuni abbiano individuato come tali, gli studi di impatto dovranno essere redatti secondo le modalità indicate di seguito.

a) *Caratteristiche dell'iniziativa*

Vale quanto indicato sopra.

b) *Conto economico semplificato*

Vale quanto indicato sopra.

c) *Implicazioni urbanistiche generali*

Devono essere fornite le seguenti indicazioni:

- raccordo dell'iniziativa con gli obiettivi di rivitalizzazione del centro storico o dell'area di insediamento, evidenziando il ruolo assegnato all'iniziativa;
- contributo dell'iniziativa a progetti di recupero/riorganizzazione del centro storico o dell'area di insediamento e/o di edifici di pregio architettonico;
- collegamento dell'iniziativa con la realizzazione di altre strutture di servizio per il centro storico o per l'area interessata.

d) *Impatto sul traffico*

- Il proponente deve fornire una valutazione in merito all'eventuale traffico veicolare autonomamente attratto e alla sua compatibilità con le strutture di parcheggio esistenti o in programma a servizio del centro storico o dell'area di insediamento.

e) *Impatto ambientale*

Oltre al rispetto delle norme vigenti in materia ambientale e dei vincoli esistenti per la protezione delle caratteristiche morfologiche e del patrimonio artistico del centro storico o dell'area di insediamento, andranno evidenziate le iniziative prese per migliorare l'inserimento armonico della struttura edilizia dell'iniziativa commerciale nel contesto ambientale circostante, quali l'adozione di soluzioni architettoniche specifiche, la predisposizione di elementi di arredo o di altre iniziative che contribuiscano a valorizzare tale contesto.

f) *Impatto commerciale*

Deve essere illustrato il contributo complessivo che la nuova iniziativa commerciale dà al rilancio del restante tessuto commerciale del centro storico o dell'area di insediamento, a prescindere da eventuali effetti di sottrazione di venduto relativi a singoli esercizi commerciali esistenti. Vale per il resto quanto più sopra descritto, con riferi-

mento all'area del centro storico o ad altre aree urbane a forte vocazione commerciale che i comuni abbiano individuato come tali.

g) **Impatto occupazionale**

- Vale quanto indicato sopra.
- Criteri di valutazione degli studi di impatto da parte delle conferenze di servizi ai fini del rilascio dell'autorizzazione: le conferenze di servizi, una volta verificato che le istanze di autorizzazione rispettino le norme e gli standard urbanistici che ad esse si applicano, esaminano gli studi di impatto presentati e su questa base decidono in merito al rilascio delle relative autorizzazioni. Ai fini della concessione dell'autorizzazione, la valutazione viene fatta in rapporto alle finalità espresse dalla legge regionale.

Nell'esame degli studi di impatto, ai fini del rilascio dell'autorizzazione, le conferenze di servizi si attengono alle seguenti linee guida:

- a) verificano preventivamente la congruenza di quanto alle lettere b) (bacino di attrazione), c) (spesa attratta), d) (conto economico semplificato) dell'elenco sopra riportato. Ove emergano incongruenze o stime palesemente non corrispondenti alla realtà, la conferenza di servizi può rifiutare la richiesta di autorizzazione o chiedere la ripresentazione dell'istanza con una revisione delle valutazioni presentate;
- b) esprimono un giudizio motivato in merito a ciascun impatto dell'iniziativa commerciale.

Ai fini del rilascio dell'autorizzazione, sulla base del giudizio motivato, costituiscono elementi di valutazione positivi:

- a) implicazioni urbanistiche generali: il raccordo dell'iniziativa con gli obiettivi di sviluppo e di organizzazione spaziale definiti dal comune/area metropolitana/sistema comunale integrato e con le eventuali iniziative di investimento pubblico nella rete viaria; il contributo al recupero/riorganizzazione dell'area di insediamento e/o di edifici di pregio architettonico; l'inserimento in un più ampio progetto di realizzazione di altre strutture di servizio per l'area interessata;
- c) impatto sul traffico: un impatto netto sul traffico veicolare dalla clientela e dalle merci, ovvero tenuto conto sia dei flussi di traffico generati sia di quelli sostituiti, positivo e/o un contributo alla decongestione del traffico su altre aree;
- d) impatto ambientale: la struttura commerciale non genera inquinamento addizionale e/o la

struttura edilizia dell'iniziativa si inserisce in modo armonico nel contesto ambientale di insediamento e/o prevede la realizzazione di opere e sistemazioni dell'area circostante che contribuiscono al miglioramento dell'ambiente;

- e) impatto commerciale: la nuova struttura non compromette la varietà di tipologie di vendita presenti nell'area di riferimento, non porta a concentrazioni in capo a singole insegne che possano generare situazioni di natura monopolistica e/o concentra preesistenti strutture di vendita;
- f) impatto occupazionale: la nuova struttura comporta il reimpiego di personale dipendente di preesistenti strutture di vendita e ha un impatto occupazionale, diretto e indiretto, positivo o, se negativo, non tale da influenzare in modo sensibile gli equilibri del mercato del lavoro a livello locale.

Per consentire alla rete di vendita esistente un adeguamento progressivo alle condizioni concorrenziali determinate dalle nuove norme sull'apertura di grandi strutture di vendita, per il periodo di 30 mesi dall'entrata in vigore della legge regionale, le conferenze di servizi potranno autorizzare nuove grandi strutture di vendita nei limiti stabiliti di seguito.

- a) grandi strutture di vendita despecializzate a base alimentare (supermercati e ipermercati). Con riferimento al bacino di attrazione definito dalle isocrone di cui sopra, per il periodo più sopra stabilito, non potrà essere autorizzata una superficie in eccesso ai limiti determinati nel modo seguente:

- se la dotazione di superficie di vendita per 1000 abitanti, di esercizi con superficie di vendita superiore a 400 mq (supermercati e ipermercati), al momento dell'entrata in vigore del presente provvedimento, è superiore a 100 mq di vendita per 1000 abitanti, parametro che approssima l'attuale presenza media di supermercati e ipermercati nella Regione siciliana, il limite è pari al 40% di tale dotazione;
- se la dotazione di superficie di vendita per 1000 abitanti, di esercizi con superficie di vendita superiore a 400 mq (supermercati e ipermercati), al momento dell'entrata in vigore del presente provvedimento, è inferiore a 100 mq di vendita per 1000 abitanti, il limite è dato dalla somma della differenza tra 100 mq di vendita per 1000 abitanti e la dotazione attuale più 40 metri per 1000 abitanti.



Nel computo della dotazione attuale e dei limiti di sviluppo determinati come sopra vanno incluse le superfici di esercizi autorizzati, ma non ancora realizzati;

b) grandi strutture di vendita specializzate in articoli di abbigliamento e calzature (raggruppamento II, ovvero specializzazioni di cui ai codici ATECO 52.42 e 52.43). Con riferimento al bacino di attrazione definito dalle isocrone di cui sopra (centri storici), per il periodo più sopra stabilito, non potrà essere autorizzata una superficie che ecceda una quota del 30% di quelle in essere all'entrata in vigore del presente provvedimento. La determinazione di tale quota verrà fatta nel modo seguente:

- andrà rilevato il numero totale di punti vendita con la specializzazione di cui sopra sulla base delle autorizzazioni risultanti presso le amministrazioni comunali interessate dal bacino di attrazione della nuova grande struttura di vendita;
- il numero di punti vendita rilevato andrà moltiplicato per una superficie media standard di 60 mq;
- la superficie totale così ottenuta andrà rapportata a quella della nuova grande superficie di vendita, verificando che quest'ultima non ecceda il limite del 30% della prima;

c) altre grandi strutture di vendita non alimentari. È rimessa alle conferenze di servizi la valutazione delle compatibilità delle nuove grandi strutture di vendita con la sopravvivenza di un'adeguata varietà di tipologie di vendita.

Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Le norme regionali prevedono che i comuni, con popolazione superiore ai 3.000 abitanti, oltre all'individuazione delle aree destinate all'insediamento di medie e grandi strutture di vendita, al fine di preservare e sviluppare la funzione del commercio nei centri storici ed in altre aree urbane a forte vocazione commerciale, anche con riferimento al contributo che esso fornisce alle varie forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, promuovano la realizzazione di Progetti di valorizzazione commerciale, anche di natura urbanistico-edilizia, volti alla riqualificazione e allo sviluppo del tessuto commerciale, artigianale, di servizio e della ricettività, al raffor-

zamento dell'immagine e dell'identità urbana di queste aree.

Tali Progetti di valorizzazione commerciale possono essere promossi per le aree del centro storico e/o per altre aree urbane a forte vocazione commerciale che costituiscono veri e propri "centri commerciali naturali". Detti Progetti possono comprendere, oltre agli esercizi commerciali al dettaglio, anche i pubblici esercizi, le attività turistico-ricettive e di intrattenimento e svago, e di artigianato di servizio.

I Progetti di valorizzazione commerciale possono prevedere interventi a carattere strutturale, che a titolo esemplificativo possono essere così richiamati:

- a) il censimento degli esercizi commerciali con una consolidata presenza nello stesso settore merceologico e con caratteristiche di pregio;
- b) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività commerciali con funzione di "magnete" o il potenziamento di quelle esistenti, privilegiando la formula dei centri commerciali di qualità e delle gallerie commerciali specializzate in modo da riequilibrare la capacità attrattiva dei centri commerciali periferici;
- c) la creazione di parcheggi pubblici o privati pluripiano o interrati;
- d) il rifacimento di illuminazione pubblica e ripavimentazione di vie e piazze;
- e) la pedonalizzazione e la restrizione del traffico lungo vie e piazze, contestualmente ad altri interventi sul sistema del traffico urbano;
- f) il miglioramento delle reti dei trasporti pubblici urbani ed extraurbani;
- g) la realizzazione di alberature ed aree da destinare a verde pubblico di livello locale;
- h) la realizzazione di opere di arredo urbano che migliorino l'estetica, l'identità e le capacità di richiamo dell'area interessata;
- i) il recupero di facciate dotate di valori storici e culturali;
- j) il recupero di immobili pubblici da adibire ad attività commerciali, paracommerciali e di servizio pubblico integrato;
- k) il recupero di piazze e spazi pubblici da destinare all'attività di commercio su aree pubbliche o a luoghi di esposizioni, di mostre e di attività culturali a carattere periodico, così come la creazione di spazi polifunzionali destinati ad attività di intrattenimento e di svago;
- l) l'attuazione di azioni di promozione di marketing urbano.



È inoltre previsto che i comuni individuino nei piani regolatori generali gli immobili, le aree o i complessi di immobili per i quali, in relazione al particolare e specifico pregio storico, archeologico, artistico o ambientale, sono previste disposizioni urbanistiche o regolamentari di salvaguardia connesse all'esercizio di attività commerciali, anche al fine di rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali in rapporto all'arredo urbano e alla viabilità e mobilità dei consumatori. Detta individuazione, oltre a singoli esercizi commerciali, può riguardare parti del tessuto commerciale, pubblici esercizi e attività artigianali, aventi valore storico e artistico o d'interesse ambientale.

Ferme restando le competenze dello Stato in materia di tutela dei beni di interesse artistico, storico o archeologico, le disposizioni di salvaguardia possono riguardare:

- a) l'esclusione della vendita di determinate merceologie;
- b) le modalità, prescrizioni e limitazioni del commercio su aree pubbliche;
- c) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine e gli elementi di arredo urbano, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi esterni di esercizi commerciali;
- d) in casi eccezionali, quando sia giustificato da fattori di tradizione e dal pregio di ambienti e arredi, la vocazione merceologica determinatasi nel tempo tramite accordi tra comuni e Soprintendenza ai BB.CC.AA.

Dalla documentazione inviata non si è in grado di verificare l'adozione da parte del comune di Messina di uno o più Progetti di valorizzazione commerciale.

Urbanistica commerciale

❖ Le indicazioni metodologiche previste dalle norme regionali per le operazioni da compiersi da parte dei comuni sono le seguenti:

- a) un'analisi della rete commerciale in essere, contenente quanto meno la localizzazione e la consistenza di ciascuna media e grande struttura di vendita esistente e la localizzazione delle aree e assi o fronti ove si concentra il commercio di vicinato, con particolare riguardo ai centri commerciali naturali;
- b) la valutazione del dimensionamento attuale della rete distributiva comunale, anche in ter-

mini di raffronto con i dati disponibili a livello provinciale e regionale, in rapporto alle tendenze demografiche e socio-economiche, con particolare riguardo ai mutamenti nella struttura dei consumi familiari;

- c) una valutazione delle problematiche poste dalla dislocazione attuale della rete commerciale rispetto all'accessibilità (veicolare, ciclabile, pedonale, coi mezzi pubblici) da parte dell'utenza;
- d) un'analisi delle previsioni del P.R.G. o del Programma di Fabbricazione vigenti, comprendente una mappatura delle possibilità d'insediamento di strutture commerciali in termini localizzativi e di dimensionamento quantitativo e delle relative condizioni normative e requisiti d'insediamento;
- e) l'individuazione delle aree urbane centrali comprendenti sia le aree dei centri storici che eventuali altre aree urbane a forte vocazione commerciale;
- f) la formulazione degli orientamenti dell'Amministrazione comunale circa l'evoluzione della rete distributiva nelle diverse parti del territorio comunale, con particolare riguardo al centro storico e alle altre aree urbane a forte vocazione commerciale individuate, le possibilità d'insediamento di medie strutture di vendita e le aree suscettibili di ospitare grandi strutture di vendita o aree commerciali integrate;
- g) la riformulazione delle norme dello strumento urbanistico generale riguardanti i tipi d'uso commerciali e relativi standard e requisiti d'insediamento, per adeguarla alla casistica delle tipologie, di merceologie, di forme di aggregazione e agli indirizzi e requisiti di insediamento contenuti nel presente provvedimento;
- h) la formulazione delle norme urbanistiche relative alle zone di possibile insediamento di attività commerciali, con particolare riferimento alle medie e grandi strutture di vendita, per adeguarle agli orientamenti dell'Amministrazione comunale di cui alla precedente lettera f) e agli indirizzi e requisiti di cui al presente provvedimento;
- i) l'eventuale individuazione di nuove opportunità urbanistiche ove ammettere l'insediamento delle diverse tipologie di attività commerciali.

In linea di indirizzo, nello strumento urbanistico generale, il commercio di vicinato sarà considerato una delle destinazioni d'uso ammesse, in-

sieme ad altre, nelle zone prevalentemente residenziali e miste e, in particolare, negli ambiti urbani consolidati e negli ambiti da riqualificare.

Le medie strutture di vendita saranno invece di norma una delle destinazioni ammesse nelle zone urbane a carattere misto, consolidate o da riqualificare, ma possono anche essere individuate in zone per nuovi insediamenti e in zone specialistiche.

Le grandi strutture di vendita saranno di norma collocate o realizzabili in zone specialistiche e nei poli funzionali di tipo specialistico (quali centri commerciali all'ingrosso, centri interscambio merci, centri fieristici, ecc.).

Al fine di evitare il crearsi di situazioni di monopolio sul mercato immobiliare e di contrastare il formarsi di rendite di posizione, il numero delle aree individuate per l'insediamento di medie e di grandi strutture di vendita dovrà comunque essere sempre superiore al numero delle strutture distributive effettivamente attivabili.

Qualora l'individuazione delle aree per le tipologie di insediamenti commerciali di cui sopra avvenga nell'ambito di aree già a destinazione commerciale o compatibili con la destinazione del commercio al dettaglio contenute nello strumento urbanistico generale vigente, la documentazione da trasmettere all'Assessore per il territorio e l'ambiente è costituita da una relazione illustrativa ed il testo delle modifiche o integrazioni della normativa dello strumento urbanistico generale vigente. Nel caso in cui dette operazioni di individuazione delle aree per insediamenti commerciali investano anche aree precedentemente non classificate o non compatibili per la destinazione d'uso commerciale la relazione illustrativa di cui sopra dovrà comprendere anche le eventuali altre problematiche e relativa modifica normativa e cartografica delle destinazioni d'uso.

Negli ambiti periurbani delle aree metropolitane di Palermo, Catania e Messina e nelle altre aree che si caratterizzano come sistemi urbani complessi di carattere sovracomunale l'obiettivo specifico consiste nella programmazione delle localizzazioni delle aree commerciali integrate e dei parchi commerciali e nella razionalizzazione della presenza e delle possibilità di insediamento delle grandi strutture di vendita di livello inferiore e superiore, avendo come riferimento le abitudini di consumo della popolazione, l'equilibrio dell'assetto territoriale e il contenimento degli impatti socioeconomici e ambientali.

A fronte di tali criteri, parametri e linee metodologiche regionali, non si dispone di documentazione sufficiente a verificare l'adozione, da parte del comune di Messina, di specifiche misure e/o strumenti di pianificazione o varianti degli stessi in materia di urbanistica commerciale.



Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

❖ In materia, la regione Sicilia sviluppando un particolare sistema di "studi d'impatto", relativo ai nuovi insediamenti, con riferimento alle medie e grandi strutture di vendita, ha cercato di adottare criteri di valutazione più strettamente economico-aziendali.

Non si ha documentazione attraverso cui verificare il semplice adeguamento del comune di Messina a tale impostazione o l'apporto di modifiche alla stessa, o l'adozione di ulteriori o diverse misure in materia di concorrenza. ●

Consistenze									
MESSINA	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	87	282	2.170	84	282	2.164	-3,4%	0,0%	-0,3%
Non specializzati	73	296	974	64	279	902	-12,3%	-5,7%	-7,4%
Non specializzati prevalenza alimentare	283	1.150	6.437	284	1.165	6.727	0,4%	1,3%	4,5%
Non specializzati prevalenza non alimentare	30	126	946	28	118	882	-6,7%	-6,3%	-6,8%
Frutta e verdura	80	245	1.601	80	240	1.589	0,0%	-2,0%	-0,7%
Carne e prodotti a base di carne	245	787	4.663	247	787	4.566	0,8%	0,0%	-2,1%
Pesci, crostacei, molluschi	59	195	1.047	60	195	1.040	1,7%	0,0%	-0,7%
Pane, pasticceria, dolciumi	85	284	1.834	85	278	1.773	0,0%	-2,1%	-3,3%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	21	68	320	23	72	316	9,5%	5,9%	-1,3%
Tabacco e altri generi di monopolio	135	329	2.102	138	343	2.145	2,2%	4,3%	2,0%
Altri esercizi specializzati alimentari	51	214	3.255	48	198	3.031	-5,9%	-7,5%	-6,9%
Farmacie	72	235	1.396	72	239	1.399	0,0%	1,7%	0,2%
Articoli medicali e ortopedici	69	201	433	67	194	454	-2,9%	-3,5%	4,8%
Cosmetici e articoli di profumeria	91	230	1.941	96	243	1.997	5,5%	5,7%	2,9%
Prodotti tessili e biancheria	85	291	1.535	85	291	1.530	0,0%	0,0%	-0,3%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	338	1.113	9.770	357	1.174	10.154	5,6%	5,5%	3,9%
Calzature e articoli in cuoio	101	296	1.854	97	292	1.873	-4,0%	-1,4%	1,0%
Mobili, casalinghi, illuminazione	173	643	4.620	171	658	4.835	-1,2%	2,3%	4,7%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	94	325	2.057	104	345	2.215	10,6%	6,2%	7,7%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	117	423	3.896	122	439	3.967	4,3%	3,8%	1,8%
Libri, giornali, cartoleria	153	368	2.948	158	381	3.021	3,3%	3,5%	2,5%
Altri esercizi specializzati non alimentari	467	1.324	10.791	485	1.409	11.186	3,9%	6,4%	3,7%
Articoli di seconda mano	7	11	95	7	10	104	0,0%	-9,1%	9,5%
TOTALE	2.916	9.436	66.685	2.962	9.632	67.870	1,6%	2,1%	1,8%

Catania

Comune di

L'ANALISI REGOLAMENTARE
Le esperienze dei quattordici
comuni metropolitani

227

Consistenze

CATANIA	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	128	498	2.170	128	502	2.164	0,0%	0,8%	-0,3%
Non specializzati	33	109	974	28	100	902	-15,2%	-8,3%	-7,4%
Non specializzati prevalenza alimentare	232	833	6.437	277	946	6.727	19,4%	13,6%	4,5%
Non specializzati prevalenza non alimentare	86	227	946	79	212	882	-8,1%	-6,6%	-6,8%
Frutta e verdura	126	350	1.601	128	349	1.589	1,6%	-0,3%	-0,7%
Carne e prodotti a base di carne	258	794	4.663	247	787	4.566	-4,3%	-0,9%	-2,1%
Pesci, crostacei, molluschi	107	238	1.047	105	240	1.040	-1,9%	0,8%	-0,7%
Pane, pasticceria, dolciumi	66	225	1.834	60	220	1.773	-9,1%	-2,2%	-3,3%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	13	39	320	12	38	316	-7,7%	-2,6%	-1,3%
Tabacco e altri generi di monopolio	174	412	2.102	169	420	2.145	-2,9%	1,9%	2,0%
Altri esercizi specializzati alimentari	305	887	3.255	285	834	3.031	-6,6%	-6,0%	-6,9%
Farmacie	103	277	1.396	103	278	1.399	0,0%	0,4%	0,2%
Articoli medicali e ortopedici	23	59	433	23	61	454	0,0%	3,4%	4,8%
Cosmetici e articoli di profumeria	181	447	1.941	180	448	1.997	-0,6%	0,2%	2,9%
Prodotti tessili e biancheria	108	219	1.535	110	225	1.530	1,9%	2,7%	-0,3%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	776	1.942	9.770	822	2.049	10.154	5,9%	5,5%	3,9%
Calzature e articoli in cuoio	141	282	1.854	142	285	1.873	0,7%	1,1%	1,0%
Mobili, casalinghi, illuminazione	413	1.037	4.620	435	1.099	4.835	5,3%	6,0%	4,7%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	144	334	2.057	154	369	2.215	6,9%	10,5%	7,7%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	269	892	3.896	281	917	3.967	4,5%	2,8%	1,8%
Libri, giornali, cartoleria	292	656	2.948	292	677	3.021	0,0%	3,2%	2,5%
Altri esercizi specializzati non alimentari	964	2.348	10.791	984	2.414	11.186	2,1%	2,8%	3,7%
Articoli di seconda mano	11	19	95	13	21	104	18,2%	10,5%	9,5%
TOTALE	4.953	13.124	66.685	5.057	13.491	67.870	2,1%	2,8%	1,8%

NOTA Con riferimento alla situazione normativa e regolamentare, non si dispone di alcuna documentazione relativa alle misure adottate (o meno) dal comune di Catania in ordine all'attuazione della riforma. Per ciò che riguarda le disposizioni regionali direttamente applicabili in ambito locale, si fa riferimento a quanto illustrato nelle schede relative alle aree di Messina e Palermo.

Cagliari

Comune di

● A seguito della mancata approvazione delle norme attuative della riforma, è stato approvato il D.P.C.M. 6 ottobre 2000 *“Intervento sostitutivo nei confronti della regione Sardegna, per il mancato esercizio delle funzioni ammini-*

strative conferite con D. Lgs. N.114/1998, art. 31, primo comma”. Il D.P.C.M. decretava, l'adozione da parte della Giunta regionale entro 30 giorni dalla data della sua pubblicazione, degli *“indirizzi e criteri di programmazione com-*

merciale ed urbanistica” in attuazione del D.Lgs. 114/98. A seguito di tali ritardi, il comune di Cagliari, sulla base delle informazioni ricevute, non ha ancora adottato tutti i provvedimenti necessari a dare piena attuazione alla riforma.

Orari

A) Deroghe alle fasce orarie

ed alle chiusure domenicali e festive

❖ Con Ordinanza dell'aprile 2001 il comune di Cagliari, inserito dalla Regione tra i comuni ad economia turistica, ha disposto che:

- le attività di vendita al dettaglio e di panificazione hanno facoltà di determinare liberamente il proprio orario giornaliero di apertura e chiusura al pubblico e non sono soggetti ad alcuna limitazione;
- la chiusura domenicale e festiva nonché la chiusura infrasettimanale dell'attività è facoltativa.

B) Aperture notturne

- ❖ In relazione a quanto esposto al precedente

punto, la completa facoltatività degli orari di apertura e chiusura degli esercizi ha reso superflua la decisione circa il rilascio di specifiche autorizzazioni per l'apertura notturna.

2 Limiti all'apertura degli esercizi di vicinato

❖ Non si riscontra, dalla documentazione ricevuta, l'adozione, da parte del comune di Cagliari, di provvedimenti limitativi e/o contenenti requisiti specifici per l'apertura di esercizi di vicinato.

Solo con riferimento alle zone A (centri storici) la norma regionale prevede una limitazione della superficie di vendita massima pari a 100 mq. per gli esercizi (di vicinato) esclusivamente alimentari.

Procedimenti amministrativi**A) Apertura esercizi di vicinato**

❖ Non si rinviengono disposizioni comunali relative alle procedure autorizzatorie per l'apertura, il trasferimento, l'ampliamento ed il cambiamento di sede degli esercizi di vicinato. Occorre quindi fare riferimento alle norme generali dettate dal D.Lgs. n.114/98

B) Apertura medie strutture di vendita

❖ La delibera della Giunta regionale n.55/108 del dicembre 2000, fa solo riferimento ai casi di ampliamento e concentrazione delle medie strutture di vendita.

Non si rinviengono, peraltro, provvedimenti comunali relativi alle procedure amministrative da adottare per l'apertura, il trasferimento, l'ampliamento e il mutamento di sede di medie strutture.

C) Apertura grandi strutture di vendita

❖ Con il decreto dell'Assessore del Turismo, artigianato e commercio della regione Sardegna, sono stati individuati gli allegati necessari alla valutazione da parte del comune della domanda di apertura di una grande struttura di vendita, e più in particolare:

- domanda in carta legale indirizzata ai due settori competenti del comune;
- autocertificazione da cui risulti di non essere stati dichiarati falliti, di non avere riportato condanne e di non essere stati sottoposti a misure di prevenzione;
- certificazione dei corsi frequentati o di aver esercitato in proprio o per conto di terzi attività commerciali e di essere iscritto al REC;
- relazione tecnico-illustrativa delle caratteristiche dell'attività di vendita, della compatibilità dell'inserimento dell'attività all'interno del bacino di utenza, delle caratteristiche urbanistico-edilizie del progetto architettonico nonché della conformità alle normative comunali, regionali e statali vigenti in materia;
- progetto architettonico completo di planimetria generale, piante, prospetti e sezioni;
- relazione sulle superfici da destinare a parcheggi ed a sosta e movimentazione merci;
- studio delle condizioni di accessibilità e di impatto trasportistico, secondo i criteri di cui alla delibera n. 55/108 del dicembre 2000.

D) Apertura centro commerciale

❖ Non risultano aspetti procedurali particolari relativi all'apertura di centri commerciali.

E) Contestualità tra concessione edilizia ed autorizzazione commerciale

❖ In relazione alla necessità di correlazione e contemporaneità nel procedimento di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia e dell'autorizzazione commerciale di una MSV (media struttura di vendita) e di una GSV (grande struttura di vendita), i comuni, sulla base delle disposizioni regionali, dovranno predisporre contemporaneamente le fasi istruttorie dei due procedimenti.

Le relative disposizioni sono da inserire nei rispettivi regolamenti ed il rilascio di concessione e di autorizzazione è disposto con un unico provvedimento firmato dai responsabili del procedimento del settore edilizio e di quello commerciale.

F) Modifica e/o aggiunta di merceologia

❖ Non si rinviengono norme specifiche in materia.

4**Medie strutture di vendita****A) Classificazione tipologica****e/o classificazioni territoriali**

❖ Per la classificazione e definizione tipologica la regione rinvia all'articolo 4 del D.Lgs. n.114/98.

Per le suddivisioni territoriali la regione Sardegna fa riferimento al Piano regionale di sviluppo approvato nel 1991: due aree metropolitane Cagliari e Sassari e cinque aree sovracomunali.

B) Criteri qualitativi

❖ Non si rileva la previsione di particolari criteri qualitativi necessari all'apertura di medie strutture di vendita.

C) Standard urbanistici

❖ Sono definiti, dalla regione, valori di minima dotazione di parcheggi differenziati per:

- settore merceologico distinguendo il caso delle strutture di vendita miste (alimentari e non alimentari);
- superficie di vendita della struttura di vendita;
- zona di insediamento.

Per ciascuna combinazione dei tre fattori sopra elencati, sono definiti due distinti valori soglia riferiti a:

- PA = n° di stalli di parcheggio riservati alla clientela;
- SP = superficie di parcheggio (area destinata al parcheggio, comprensivo della viabilità interna al parcheggio e delle zone di manovra).

Tali distinti valori di soglia sono, in effetti, tra

di loro correlati, nell'assunzione che 1 PA = 25 mq. di SP.

I parcheggi alla clientela devono essere localizzati in aree contigue alla struttura di vendita, ovvero collegate ad almeno un ingresso pedonale per la clientela senza alcuna interposizione (tra parcheggio ed ingresso) di barriere architettoniche o viabilità diversa da quella interna al parcheggio.

D) Parametri numerici

e/o localizzazioni commerciali

❖ Gli indirizzi provvisori della regione indicano una preferenza verso l'insediamento di medie strutture di vendita, valutando tali tipologie come le più coerenti con il tessuto insediativo della regione.

Non risultano, come già accennato, provvedimenti comunali adottati in materia.

Grandi strutture di vendita

A) Classificazione tipologica

e/o classificazioni territoriali

❖ Per quel che riguarda la classificazione delle tipologie di grande distribuzione, anche in tal caso le norme provvisorie regionali fanno riferimento ai criteri generali previsti dal D.Lgs. n.114/1998.

Si prevede, inoltre, che per il triennio decorrente dalla data di approvazione degli "indirizzi e criteri di programmazione commerciale ed urbanistica", salvo diverse e successive determinazioni effettuate nelle competenti sedi regionali o provinciali, la nuova superficie autorizzabile per le GSV alimentari non potrà eccedere 5.000 mq. e sarà esclusivamente utilizzabile per la realizzazione di una nuova GSV in una specifica area di programma.

Tale insediamento avrebbe quale effetto quello di ridurre il differenziale di presenza di questa tipologia commerciale nelle diverse aree del territorio regionale.

Per quanto riguarda, invece, le GSV del settore non alimentare, la regione prevede 10.740 mq. autorizzabili nel triennio.

Anche la Provincia svolge un ruolo importante nell'ambito della pianificazione relativa alla GD (grande distribuzione) attraverso il PUP (Piano Urbanistico Provinciale). Tale strumento dà attuazione alla programmazione regionale individuando le aree di insediamento delle GSV ed eventualmente precisando il range di SV di cia-

scuna ed il relativo riparto tra SV alimentare e SV non alimentare.

La Provincia può anche decidere sulla base di idonee motivazioni di non dare completa attuazione alla programmazione regionale programmando, ad esempio, valori di SV inferiori a quelli programmati dalla regione.

La regione ha anche dettato i criteri per l'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali.

I criteri sono differenziati sulla base di:

- settore merceologico;
- tipologia di struttura commerciale (esercizio singolo o centro commerciale);
- superficie di vendita della struttura;
- dimensione demografica dei comuni;
- zonizzazione prevista negli strumenti urbanistici vigenti.

I criteri definiscono la compatibilità tra:

- le caratteristiche delle strutture commerciali;
- le caratteristiche urbanistico/insediativo delle aree di attuale o nuova localizzazione delle strutture commerciali.

Sulla base di tali criteri la regione ha sviluppato un abaco delle compatibilità in cui vengono determinate quali insediamenti siano possibili (misura e merceologia) nei diversi contesti comunali.

Non risultano particolari provvedimenti comunali di recepimento di tali direttive.

Progetti per il centro storico e/o di qualificazione urbana

❖ Non si ha notizia di specifici recenti progetti di tutela del centro storico o qualificazione urbana adottati dal comune di Cagliari.

La regione ha stabilito che, con riferimento alle zone omogenee A (centri storici e zone di pregio), i criteri aventi carattere di indirizzo sono:

- l'obbligo di realizzare le MSV esclusivamente non alimentari e solo in immobili di pregio;
- la possibilità di realizzare le MSV esclusivamente non alimentari soltanto mediante trasferimenti, concentrazioni o ampliamenti.

Inoltre, nelle zone sopra indicate devono essere rispettate le normative relative alla tutela del patrimonio storico ambientale in esse presenti. In particolari sono proibiti gli ampliamenti delle aperture (finestre, ingressi e simili) che prospettino su spazi sia pubblici che privati.

Eventuali nuove aperture potranno essere consentite purché rispettino le dimensioni delle



aperture presenti nell'edificio e vengano sottoposte alla valutazione dell'amministrazione comunale in coerenza con gli indirizzi del piano attuativo. A questo scopo dovranno essere presentati prospetti interessati dalle modifiche ed i prospetti degli edifici adiacenti e frontalieri.

Le insegne devono essere conformi alle tipologie proposte nel regolamento edilizio del piano particolareggiato del centro storico; nel caso di mancanza di regolamentazione devono adeguarsi alle tipologie presenti ed essere congruenti con il periodo di realizzazione dell'immobile interessato alla modifica.

Negli allacciamenti dei servizi quali acqua, luce, telefono e simili non sono consentiti vani per contatori con sportelli prospicienti la pubblica via.

Urbanistica commerciale

❖ Non si hanno dati relativi all'adozione da parte del comune di Cagliari di provvedimenti relativi all'individuazione di criteri urbanistici, né volti all'adozione o modifica (variante) di strumenti urbanistico/territoriali.

I criteri di urbanistica commerciale, sulla base delle specifiche regionali, devono:

- dettare regole per l'individuazione delle aree destinate agli insediamenti commerciali con particolare riguardo alle MSV ed alle GSV;
- definire i limiti a cui sono sottoposti:
 - 1) gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali, nonché dell'arredo urbano;
 - 2) le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale.
- fissare i vincoli di natura urbanistica con particolare riguardo alla disponibilità di spazi pubblici o ad uso pubblico ed alla dotazione di parcheggi;
- regolamentare la correlazione dei procedimenti di rilascio delle autorizzazioni commerciali ed edilizia per le MSV e le GSV.

Alcuni di tali criteri sono stati fissati dal provvedimento regionale, il D.P.C.M. 6/10/2000.

Concorrenza ed equilibrio del mercato

A) Adozione di specifiche misure regionali e/o comunali

❖ Non si ha notizia dell'adozione da parte del comune di specifici strumenti normativi o regolamentari in materia di concorrenza.

Oltre al richiamo ai principi dettati dal D.Lgs. n.114/98, la regione non approfondisce in modo particolare il tema della tutela della concorrenza, e dell'equilibrio del mercato (se non in misura strettamente pianificatoria). ●

Consistenze									
CAGLIARI	2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Carburanti	61	282	615	63	286	615	3,3%	1,4%	0,0%
Non specializzati	2	9	74	2	6	65	0,0%	-33,3%	-12,2%
Non specializzati prevalenza alimentare	355	1.662	4.090	330	1.593	4.029	-7,0%	-4,2%	-1,5%
Non specializzati prevalenza non alimentare	5	35	89	16	89	144	220,0%	154,3%	61,8%
Frutta e verdura	171	471	988	168	450	964	-1,8%	-4,5%	-2,4%
Carne e prodotti a base di carne	209	962	1.942	208	921	1.882	-0,5%	-4,3%	-3,1%
Pesci, crostacei, molluschi	111	364	715	109	365	728	-1,8%	0,3%	1,8%
Pane, pasticceria, dolciumi	42	172	385	36	163	397	-14,3%	-5,2%	3,1%
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	21	80	186	17	78	193	-19,0%	-2,5%	3,8%
Tabacco e altri generi di monopolio	87	314	718	93	326	742	6,9%	3,8%	3,3%
Altri esercizi specializzati alimentari	54	238	552	50	201	494	-7,4%	-15,5%	-10,5%
Farmacie	47	200	532	49	202	534	4,3%	1,0%	0,4%
Articoli medicali e ortopedici	11	33	72	11	36	77	0,0%	9,1%	6,9%
Cosmetici e articoli di profumeria	78	235	515	78	227	528	0,0%	-3,4%	2,5%
Prodotti tessili e biancheria	54	155	396	53	151	390	-1,9%	-2,6%	-1,5%
Abbigliamento e accessori, pellicceria	559	1.352	3.102	560	1.356	3.241	0,2%	0,3%	4,5%
Calzature e articoli in cuoio	113	295	703	105	296	719	-7,1%	0,3%	2,3%
Mobili, casalinghi, illuminazione	184	639	1.467	196	644	1.507	6,5%	0,8%	2,7%
Elettrodomestici radio-TV dischi strum. musicali	109	331	769	105	325	771	-3,7%	-1,8%	0,3%
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	122	704	1.557	118	685	1.586	-3,3%	-2,7%	1,9%
Libri, giornali, cartoleria	198	586	1.274	216	612	1.311	9,1%	4,4%	2,9%
Altri esercizi specializzati non alimentari	507	1.667	3.969	503	1.643	4.052	-0,8%	-1,4%	2,1%
Articoli di seconda mano	14	25	51	13	28	51	-7,1%	12,0%	0,0%
TOTALE	3.114	10.811	24.761	3.099	10.683	25.020	-0,5%	-1,2%	1,0%



Aperture per merceologia

CAGLIARI		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Alim. e non alim.	Esercizi	11	85	151	4	39	114	-63,6%	-54,1%	-24,5%
	Mq. vendita	3.222	14.574	22.019	284	4.202	13.401	-91,2%	-71,2%	-39,1%
Alimentare	Esercizi	41	201	415	32	154	380	-22,0%	-23,4%	-8,4%
	Mq. vendita	3.380	12.022	26.745	1.690	8.797	24.932	-50,0%	-26,8%	-6,8%
Non alimentare	Esercizi	278	803	1.550	191	598	1.513	-31,3%	-25,5%	-2,4%
	Mq. vendita	33.670	79.655	138.166	14.617	57.736	126.732	-56,6%	-27,5%	-8,3%
Tabelle speciali	Esercizi	7	12	28	-	3	14	-	-75,0%	-50,0%
	Mq. vendita	293	578	1.906	-	195	665	-	-66,3%	-65,1%
TOTALE	Esercizi	337	1.101	2.144	227	794	2.021	-32,6%	-27,9%	-5,7%
	Mq. vendita	40.565	106.829	188.836	16.591	70.930	165.730	-59,1%	-33,6%	-12,2%
Medio										
Alim. e non alim.	Esercizi	1	6	17	4	21	30	300,0%	250,0%	76,5%
	Mq. vendita	1.200	4.159	10.449	2.019	13.463	16.889	68,3%	223,7%	61,6%
Alimentare	Esercizi	-	-	1	-	-	3	-	-	200,0%
	Mq. vendita	-	-	199	-	-	2.082	-	-	946,2%
Non alimentare	Esercizi	-	6	10	-	3	5	-	-50,0%	-50,0%
	Mq. vendita	-	5.496	8.087	-	848	1.426	-	-84,6%	-82,4%
TOTALE	Esercizi	1	12	28	4	24	38	300,0%	100,0%	35,7%
	Mq. vendita	1.200	9.655	18.735	2.019	14.311	20.397	68,3%	48,2%	8,9%
Grande										
Non alimentare	Esercizi	-	1	1	-	2	2	-	100,0%	100,0%
	Mq. vendita	-	1.499	1.499	-	1.951	1.951	-	30,2%	30,2%
TOTALE	Esercizi	-	1	1	-	2	2	-	100,0%	100,0%
	Mq. vendita	-	1.499	1.499	-	1.951	1.951	-	30,2%	30,2%
TOTALE										
Alim. e non alim.	Esercizi	12	91	168	8	60	144	-33,3%	-34,1%	-14,3%
	Mq. vendita	4.422	18.733	32.468	2.303	17.665	30.290	-47,9%	-5,7%	-6,7%
Alimentare	Esercizi	41	201	416	32	154	383	-22,0%	-23,4%	-7,9%
	Mq. vendita	3.380	12.022	26.944	1.690	8.797	27.014	-50,0%	-26,8%	0,3%
Non alimentare	Esercizi	278	810	1.561	191	603	1.520	-31,3%	-25,6%	-2,6%
	Mq. vendita	33.670	86.650	147.752	14.617	60.535	130.109	-56,6%	-30,1%	-11,9%
Tabelle speciali	Esercizi	7	12	28	-	3	14	-	-75,0%	-50,0%
	Mq. vendita	293	578	1.906	-	195	665	-	-66,3%	-65,1%
TOTALE	Esercizi	338	1.114	2.173	231	820	2.061	-31,7%	-26,4%	-5,2%
	Mq. vendita	41.765	117.983	209.070	18.610	87.192	188.078	-55,4%	-26,1%	-10,0%

Aperture per tipologia										
CAGLIARI		2000			2001			VARIAZIONE 2000/2001		
		COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE	COMUNE	PROVINCIA	REGIONE
Vicinato										
Nuovo esercizio	Esercizi	313	1.007	1.864	205	735	1.764	-34,5%	-27,0%	-5,4%
	Mq. vendita	35.773	94.911	161.634	14.849	66.095	141.636	-58,5%	-30,4%	-12,4%
Subingresso	Esercizi	24	94	280	22	59	257	-8,3%	-37,2%	-8,2%
	Mq. vendita	4.792	11.918	27.202	1.742	4.835	24.094	-63,6%	-59,4%	-11,4%
TOTALE	Esercizi	337	1.101	2.144	227	794	2.021	-32,6%	-27,9%	-5,7%
	Mq. vendita	40.565	106.829	188.836	16.591	70.930	165.730	-59,1%	-33,6%	-12,2%
Medio										
Concentrazione	Esercizi	-	-	1				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	906				-	-	-
Nuovo esercizio	Esercizi	1	7	12	1	8	17	0,0%	14,3%	41,7%
	Mq. vendita	1.200	4.298	5.775	399	2.918	7.211	-66,8%	-32,1%	24,9%
Subingresso	Esercizi	-	5	15	3	16	21	-	220,0%	40,0%
	Mq. vendita	-	5.357	12.054	1.620	11.393	13.186	-	112,7%	9,4%
TOTALE	Esercizi	1	12	28	4	24	38	300,0%	100,0%	35,7%
	Mq. vendita	1.200	9.655	18.735	2.019	14.311	20.397	68,3%	48,2%	8,9%
Grande										
Nuovo esercizio	Esercizi	-	1	1				-	-	-
	Mq. vendita	-	1.499	1.499				-	-	-
Subingresso	Esercizi				-	2	2	-	-	-
	Mq. vendita				-	1.951	1.951	-	-	-
TOTALE	Esercizi	-	1	1	-	2	2	-	100,0%	100,0%
	Mq. vendita	-	1.499	1.499	-	1.951	1.951	-	30,2%	30,2%
TOTALE										
Concentrazione	Esercizi	-	-	1				-	-	-
	Mq. vendita	-	-	906				-	-	-
Nuovo esercizio	Esercizi	314	1.015	1.877	206	743	1.781	-34,4%	-26,8%	-5,1%
	Mq. vendita	36.973	100.708	168.908	15.248	69.013	148.847	-58,8%	-31,5%	-11,9%
Subingresso	Esercizi	24	99	295	25	77	280	4,2%	-22,2%	-5,1%
	Mq. vendita	4.792	17.275	39.256	3.362	18.179	39.231	-29,8%	5,2%	-0,1%
TOTALE	Esercizi	338	1.114	2.173	231	820	2.061	-31,7%	-26,4%	-5,2%
	Mq. vendita	41.765	117.983	209.070	18.610	87.192	188.078	-55,4%	-26,1%	-10,0%



L'Istituto per la Promozione Industriale è l'agenzia governativa specializzata in materia di politica industriale e di politica regionale, per l'efficace progettazione e gestione dei programmi e delle iniziative comunitarie, per la progettazione e realizzazione di processi di cooperazione industriale multilaterale e bilaterale.

L'IPI è un'associazione riconosciuta, che opera secondo gli indirizzi e sotto la vigilanza del Ministero delle Attività Produttive, i cui soci, oltre al Ministero, sono: Confindustria, Confapi, CNA, Confartigianato, Confcommercio, Confesercenti, Unioncamere, ABI, Mediocredito Centrale e SFIRS.

PRINCIPALI AMBITI DI ATTIVITÀ DELL'ISTITUTO

- Consulenza tecnica al Ministero delle Attività Produttive, alle Amministrazioni pubbliche centrali ed alle Regioni per:
 - l'attuazione delle politiche comunitarie (concertazione, negoziazione, programmazione e monitoraggio);
 - l'innovazione, la semplificazione, il decentramento degli incentivi, la valutazione della loro efficacia ed il supporto alla loro gestione (standardizzazione e informatizzazione delle procedure, istruttoria e controllo).
- Informazione capillare e aggiornata sui provvedimenti agevolativi rivolti alle PMI, svolta direttamente e attraverso le reti delle Associazioni imprenditoriali, delle Camere di commercio e del sistema bancario.
- Gestione di osservatori ed elaborazione di specifici studi, analisi e parametri utili alla concertazione, programmazione ed attuazione di politiche settoriali e fattoriali, nonché alla programmazione degli incentivi per le imprese.
- Supporto al Ministero delle Attività Produttive per la definizione ed attuazione di politiche ed iniziative di promozione della qualità nelle PMI e per la diffusione delle tecniche di benchmarking a livello nazionale.
- Studio e monitoraggio del funzionamento e dell'evoluzione dei mercati e progettazione ed attuazione di campagne informative e di sensibilizzazione in materia di tutela dei consumatori.
- Fornisce supporto e consulenza tecnica alle Amministrazioni per le attività di concertazione e di progettazione di programmi multilaterali di cooperazione promossi dall'UE, dall'OCSE, dall'ONU e da altre organizzazioni internazionali.
- Fornisce assistenza tecnica ai Paesi partner per la realizzazione di programmi di sviluppo industriale e per la creazione ed il rafforzamento di Agenzie di scopo.
- Fornisce consulenza ed assistenza tecnica alle Regioni in materia nonch  quelli previsti nell'ambito del processo avviato dalla Conferenza OCSE di Bologna sulla globalizzazione e le PMI.
- Attua i programmi connessi alla realizzazione di una zona di libero scambio nell'area euromediterranea, di programmi di cooperazione industriale decentrata.
- Attua interventi di cooperazione tesi a sviluppare e rafforzare nei Paesi partner le condizioni favorevoli allo sviluppo delle PMI, trasferendo i fattori chiave del modello distrettuale italiano e coinvolgendo le associazioni industriali, i centri servizi tecnici, i parchi tecnologici.

SEDE CENTRALE

IPI - Istituto per la Promozione Industriale
Viale M. Pilsudski, 124
00197 Roma - Italia
tel. +39 06809721
fax +39 068072898
<http://www.ipi.it>
e-mail: info@ipi.it

UFFICI REGIONALI

LOMBARDIA
Via Bernardino Zenale, 11
20147 Milano
tel. +39 024344021
fax +39 024344022

CAMPANIA
Centro Direzionale
Isola E - Lotto 2 - Scala B
80143 Napoli
tel. +39 0815628205
0815628186
fax +39 0815628184

PUGLIA
Corso Vittorio Emanuele, 20/A
70122 Bari
tel. +39 0805243300
fax +39 0805243326

BASILICATA
Via Pienza, 94
85100 Potenza
tel. +39 097146326
fax +39 097146330

CALABRIA
Piazza Matteotti, 2
88100 Catanzaro
tel. +39 0961741348
fax +39 0961743766

SICILIA
Via Mariano Stabile, 160
90139 Palermo
tel. +39 091580003
091325509
fax +39 091322486

SARDEGNA
Via Campidano, 8
09125 Cagliari
tel. +39 070657848
fax +39 070658395