



Norme di attuazione in materia di esercizi commerciali

(Decreto Legislativo 31 marzo 1998 n. 114, deliberazione Giunta Regionale n. 55/108 del 29 dicembre 2000 e ss modifiche e integrazioni, Legge regionale 18 maggio 2006, n. 5)

***Allegato alla Delibera C.C.
n. 57 del 23/10/06***

***Modificato con Delibera C.C.
n. 53 del 31/10/2008***

*A cura di:
Infor srl
Dr Giovanni Corona*

Premessa

La Legge Regionale 18 maggio 2006, n. 5 di “Disciplina generale delle attività commerciali” ha colmato un vuoto legislativo nel settore commerciale che si registrava da circa 8 anni con l’approvazione del Decreto legislativo 114/98. La modifica dell’art. 117 della Costituzione ha in effetti impresso un’accelerazione con il trasferimento di competenze esclusive in materia commerciale rispetto alla competenza concorrente che derivava dall’art. 4 dello Statuto Speciale della Sardegna. Per quanto riguarda la fase di programmazione, la legge regionale 05/06 prevede una prima fase di programmazione regionale mediante l’adozione di criteri di urbanistica commerciale che tendano a:

- a) favorire un equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive,;
- b) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva dei centri urbani, nelle zone interne, rurali e montane, con particolare riguardo ai centri minori;
- c) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che integrino e valorizzino la qualità dei comuni, la rivitalizzazione dei centri urbani, la riqualificazione ed il riuso di aree urbane sottoutilizzate, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, anche attraverso l’integrazione fra attività commerciali, artigianali, pubblici esercizi e attività ricreative;
- d) favorire lo sviluppo del commercio nelle aree di valore storico, archeologico, ambientale e turistico;
- e) individuare linee generali per favorire lo sviluppo dei centri commerciali naturali;
- f) promuovere progetti di riqualificazione commerciale di aree urbane colpite da processi di spopolamento.

Successivamente i Comuni, sulla base dei provvedimenti regionali di cui sopra e nei limiti di

discrezionalità da essi concessi, adottano il proprio programma di urbanistica commerciale. Fino all'adozione degli atti comunali, nonché in caso di adozione contrastante con i criteri regionali, hanno applicazione integrale ed immediata i criteri stabiliti con le deliberazioni della Giunta regionale.

Nella fase transitoria e sino all'adozione dei criteri regionali l'art. 19 della legge stabilisce fino all'approvazione dei provvedimenti attuativi si applicano, per le parti non contrastanti con la legge, le disposizioni di cui alla deliberazione della Giunta regionale n. 55/108 del 29 dicembre 2000 e successive modifiche e integrazioni, nonché la normativa statale e regionale non contrastante con la presente legge. L'abaco delle compatibilità, di cui alla medesima deliberazione, si applica per la parte non contrastante con le disposizioni della presente legge.

Pertanto con la normativa in vigore i Comuni devono procedere alla programmazione urbanistica commerciale in ambito comunale nel rispetto della programmazione regionale cui si fa riferimento sopra.

La programmazione commerciale dovrà quindi tener conto anche dei principi di cui alla Deliberazione della Giunta Regionale n. 55/108 del 29/12/2000: *"Adozione degli atti di cui agli articoli 4, 5, comma 1, 11, 12, 13 e 14, D. P. C. M. 6 ottobre 2000 - Intervento sostitutivo nei confronti della Regione Sardegna per il mancato esercizio delle funzioni amministrative conferite dal Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, art. 31, comma 1. Indirizzi provvisori ai Comuni in materia di vendite di fine stagione (art 15, commi 3 e 6, D.Lgs 31 marzo 1998, n. 114) "*, pubblicata sul supplemento straordinario n. 2 del B.U.R.A.S. n. 6 del 19 febbraio 2001 e successivamente modificata e integrata con deliberazione G.R. 28 maggio 2003 n. 15/35 e deliberazione G.R. 6 febbraio 2004 n. 4/1.

La deliberazione regionale stabilisce, tra le altre cose, quale dovrà essere il contenuto della programmazione comunale indicando criteri che in alcuni casi sono vincolanti mentre in altri casi possono essere derogati fermo restando il rispetto dei principi generali contenuti sia nella legge regionale 05/06 e sia nel decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 c.d. Decreto Bersani.

Prima di affrontare gli aspetti programmatici veri e propri si ritiene opportuno fare una premessa di carattere generale afferente le problematiche e le profonde evoluzioni che il settore distributivo ha conosciuto nel corso degli ultimi anni.

II commercio al dettaglio nell'Europa comunitaria

La valutazione degli aspetti e dei problemi della struttura commerciale di un Comune, grande o piccolo che sia, non può prescindere da un'attenta valutazione delle tendenze in atto nel comparto anche nei livelli territoriali ad esso superiori e, in particolare, di quanto accade nei più generali contesti: regionale, statale e dell'Unione Europea.

In secondo luogo, si tratta di prendere atto delle forme distributive che i consumatori ritengono di premiare, in modo da adottare scelte che, nel rispetto delle specificità positive caratterizzanti il contesto socio-economico considerato, siano coerenti con queste tendenze e non vadano invece nel senso di creare inaccettabili (socialmente ed economicamente) rendite di posizione a favore di quelle forme distributive destinate a scomparire o a subire trasformazioni considerevoli.

Con riferimento alle tendenze in atto nel campo della distribuzione commerciale al dettaglio nell'Europa comunitaria, le circostanze delle quali occorre maggiormente tenere conto per valutare le prospettive future sono costituite dalle seguenti:

- ?? il processo d'internazionalizzazione che vede importanti gruppi imprenditoriali di diversi Paesi cercare al di fuori del proprio Stato di diretta emanazione nuovi mercati di sbocco;
- ?? la realizzazione dell'Unione economica e monetaria (UEM) e, in prospettiva, dell'Unione politica europea (UPE), che di fatto ha creato i presupposti politicoistituzionali per un grande mercato in cui sia sempre più garantita la libera circolazione delle merci, dei servizi, dei capitali e delle persone.

Le implicazioni derivanti dalla realizzazione di un mercato avente caratteristiche di omogeneità, dal punto di vista della legislazione sugli scambi, dei prezzi, della moneta, ecc. di dimensioni continentali si stanno manifestando anche nel comparto del commercio al dettaglio nel modo seguente:

un aumento della domanda per effetto della maggior circolazione delle merci, dei

servizi, dei capitali e delle persone;

l'introduzione di nuove forme tecniche di distribuzione;

un aumento delle uniformità nello svolgimento delle varie forme tecniche;

nuovi rapporti tra industria e distribuzione;

nuove forme di collaborazione tra imprese anche appartenenti a settori diversi.

La sfida competitiva coinvolge tutti i soggetti socio-economici e pone a rischio, in modo particolare, la sopravvivenza e lo sviluppo delle imprese di più piccola dimensione, comprese quelle ubicate nelle regioni più periferiche.

E' sufficiente questa circostanza per comprendere quanto problematico e incerto si presenti il futuro anche per molti degli operatori economici che esercitano l'attività commerciale nei Comuni della Sardegna. D'altro canto non è pensabile di risolvere il problema con l'adozione di norme "protezionistiche" che oltre ad essere antistoriche sono state di fatto bandite dalla nuova normativa in materia.

In ogni caso, relativamente al processo di trasformazione in atto deve essere notato che, seppure nei centri dell'interno (quelli più distanti dalle principali correnti di traffico) le modificazioni avverranno più lentamente, è anche certo che saranno soprattutto i consumatori residenti a determinare l'eventuale sconfitta di coloro che non sapranno adeguarsi ai mutamenti. D'altro canto, neppure gli operatori delle città di più grande dimensione possono ritenersi al riparo della sfida competitiva in atto. Quest'ultima può riservare successi solo a quegli operatori che meglio di altri sapranno investire nell'innovazione tecnologica, nel marketing e nella ricerca di accordi di cooperazione con altre imprese, le uniche armi che se organizzate in modo strategico possono consentire importanti e significativi vantaggi competitivi, anche di fronte ai colossi internazionali della distribuzione commerciale .

Da quanto esposto finora risulta che il ruolo del comparto commerciale al dettaglio, quale settore rifugio per coloro che non trovano altra occupazione verrà sempre meno, così come sarà sempre più difficile ritenere di inserirsi in tale comparto presupponendo, illusoriamente, di conseguire facili guadagni.

Se si considera, in particolare, il dettaglio alimentare è facile prevedere un'accelerazione del processo di adeguamento delle superfici medie dei punti di vendita, con conseguente fuoriuscita dal mercato delle piccole botteghe despecializzate in cui si può trovare "tutto e niente". Ciò implica, in tale tipo di attività commerciali, una riduzione del numero delle unità locali ed una conseguente diminuzione del numero degli addetti.

Pertanto, l'adozione di scelte che genericamente affermino l'esigenza di migliorare questo rapporto, vorrebbe dire, per il sistema economico nel suo complesso, allungare il periodo in cui risorse (umane e materiali) che potrebbero avere altra destinazione vengono tenute artificialmente in vita grazie a misure protezionistiche, mentre per coloro i quali si dovrebbe porre l'urgenza di ricercare alternative migliori attraverso un adeguato processo di riconversione, prima di tutto culturale e professionale, significa ritardarne o, peggio, impedirne l'inserimento in un contesto caratterizzato da un nuovo modo di produrre, di lavorare, di vendere, ecc..

Con riferimento al dettaglio non alimentare, invece, si può affermare che potranno coesistere sia le grandi che le piccole imprese e anche l'occupazione può crescere. Ciò potrà avvenire però, solo se le unità di piccola dimensione sapranno comprendere l'importanza di qualificare e differenziare la propria offerta, in modo da potersi meglio adattare alle nuove caratteristiche della produzione industriale e della domanda internazionale tendente a condizionare sempre più anche l'ambiente regionale sardo.

In tale prospettiva, un elemento che deve essere considerato dalla Pubblica Amministrazione ai fini della predisposizione delle scelte di piano concernenti le tipologie delle varie forme distributive che possono inserirsi in un certo contesto socio economico è l'integrazione delle stesse tra loro e con le altre attività economiche.

Sotto questo profilo pare utile, seppure sinteticamente, riproporre qui di seguito le tendenze in atto per ciascuna delle seguenti forme distributive:

- a. gli esercizi alimentari di tipo familiare, non associati e despecializzati. Questi sono

caratterizzati da inefficienze gestionali tali che certamente usciranno dal mercato in breve tempo, più in fretta nei grandi centri abitati, con tempi più lunghi nei piccoli paesi distanti dalle principali correnti di traffico;

- b. i discount di qualità e di servizio e i grandi magazzini (quali per esempio l'UPIM e La Rinascente). Questi, dopo aver avuto un periodo di grande sviluppo intorno agli anni '60 e '70, si sono trovati negli anni '80 e '90 ad affrontare una pericolosa situazione di declino. Solo di recente queste strutture hanno radicalmente modificato le proprie strategie tanto che alcune di esse sono già riuscite, introducendo nuove aree merceologiche, nuovi servizi, e realizzando superfici in grado di garantire servizi personalizzati a recuperare quel rapporto diretto con la clientela di cui si erano perse le tracce con il self-service applicato a qualsiasi proposta di vendita;
- c. esercizi commerciali alimentari di tipo familiare che hanno però sviluppato forme di collaborazione associativa (unioni volontarie e gruppi d'acquisto), gli esercizi non alimentari (boutique, gioiellerie, ecc.) e le superette. I negozi che rientrano in tale tipologia pur disponendo di superfici modeste sono organizzati in modo tale da garantirsi spazi di mercato ben definiti (difficilmente attaccabili anche dalle grandi aziende di distribuzione).

Il diffondersi degli ipermercati e dei centri commerciali al dettaglio, ha creato i presupposti per una radicale e abbastanza rapida trasformazione della rete distributiva, soprattutto in prossimità delle grandi aree metropolitane e dei più importanti centri abitati, determinando, tra l'altro, un'evoluzione che investe oltre che il sistema distributivo nel suo complesso, le imprese di produzione, la domanda di consumo e lo stesso assetto urbanistico dei centri abitati.

E' facile, in proposito, riferirsi ad alcune esperienze di sviluppo di centri commerciali in cui l'aspetto innovativo si può riscontrare non solo nell'impostazione degli assortimenti merceologici o nella diffusione territoriale ma, forse, soprattutto negli aspetti concernenti l'integrazione tra tempo libero e commercio quale risposta

all'esigenza di un miglioramento della qualità della vita sia a livello individuale che collettivo.

Vocazione socio-economica del Comune

La vocazione socioeconomica del Comune di Villasimius è naturalmente caratterizzata dallo sviluppo del settore turismo; bisogna però sottolineare che l'individuazione della vocazione socio-economica di un'area presuppone che il processo di programmazione delle attività e delle varie iniziative poste in essere, prima di tutto dall'Ente che rappresenta la Comunità locale interessata, siano ad essa strumentali. In quest'ottica quindi tutte le realtà che operano in un determinato contesto devono agire secondo criteri che siano funzionali al rispetto e alla massima valorizzazione della vocazione che esso presenta.

Peraltro attivare iniziative che siano coerenti con una vocazione socioeconomica fortemente caratterizzata dalla risorsa turismo, non implica un abbandono acritico di altre attività economiche che pure sono presenti.

Infatti, nonostante il Comune di Villasimius sia un centro che mantiene la configurazione di cittadina prevalentemente orientata al turismo costiero, è evidente che per lo sviluppo dell'economia del Comune e dell'intera zona riveste notevole importanza anche la risorsa ambiente.

La ricaduta sul sistema socio-economico di Villasimius del fenomeno turistico è già oggi notevole, ma potrebbe certamente essere maggiore se, soprattutto i privati, si riuscisse a cogliere meglio l'opportunità rappresentata dalla risorsa ambiente che consentirebbe certamente di allungare la stagione turistica con la conseguente creazione di nuovi sbocchi occupazionali. A questa opportunità è strettamente legato il discorso del miglioramento dei servizi e del ruolo dei privati connesso con lo sviluppo economico dell'area; basti pensare alla possibilità di sviluppare ulteriormente le azioni per un turismo integrato.

Il conseguimento di due imponenti progetti portati avanti dall'Amministrazione comunale quali la realizzazione del Porto turistico e dell'Area marina Protetta impongono anche ai privati una migliore organizzazione. La valorizzazione di queste

infrastrutture, consentirebbero certamente di superare il fenomeno della stagionalità turistica; in particolare l'Area marina protetta che interessa un vasta area del territorio che comprende anche i fondali marini tra Capo Carbonara e l'Isola di Serpentara, sono oggi apprezzati e conosciuti in tutto il mondo per la loro unicità stanno diventando un punto di attrazione di livello internazionale. In un territorio in cui si contano ogni anno circa 600.000 presenze turistiche (fonte EPT) diventa però indispensabile che, oltre all'Amministrazione comunale, anche altri soggetti, pubblici e privati, svolgano un ruolo attivo a tutela e promozione di una risorsa "regionale". Un importante obiettivo da conseguire è quello di creare "sistema" tra le diverse realtà e settori produttivi presenti nel Comune anche per favorire la presenza di adeguati servizi. Si pensi per esempio alla *promozione ed organizzazione di manifestazioni culturali, sportive, ricreative e amatoriali in genere, ecc.* possibilmente diluite nell'arco della stagione estiva e calendarizzate in coordinamento con quelle degli altri Comuni vicini; oppure alla *gestione consortile* (ove possibile e conveniente) di alcuni servizi legati al turismo. Si tratterebbe in sostanza di far svolgere a privati (cooperative o società giovanili) il servizio che verrebbe però coordinato a livello consortile per ridurre i costi e utilizzare al meglio i ricavi.

Va comunque precisato che l'incentivazione allo sviluppo di una nuova categoria di piccoli imprenditori deve basarsi sulla consapevolezza che essi devono produrre beni e servizi che siano vendibili e che, pertanto, devono essere competitivi con l'offerta proveniente da altri contesti italiani ed europei.

E' in relazione a questi obiettivi che le attività economiche e commerciali possono trovare nuova linfa per incentivare e per soddisfare sia la domanda dei residenti che di coloro che a vario titolo intendono usufruire dell'offerta di servizi propria di quest'area.

In tale prospettiva la ristrutturazione del settore commerciale non riveste certamente un ruolo secondario; la razionalizzazione e il riammodernamento del commercio deve quindi costituire una base per una migliore azione, da parte delle Autorità

competenti, per il rispetto delle norme vigenti in materia, per offrire al cittadino un servizio qualitativamente più valido.

In altri termini, la distribuzione commerciale è un servizio prestato alla collettività, sia pure da operatori privati, e come tale deve risultare il più produttivo possibile, nel senso economico-sociale più ampio.

Consistenza del'apparato distributivo

Lo sviluppo urbanistico del Comune di Villasimius evidenzia, sostanzialmente, differenti aree aventi ciascuna caratteristiche di relativa omogeneità.

La particolare conformazione geografica e soprattutto la peculiarità del territorio comunale di Villasimius, impongono la separazione tra centro urbano di Villasimius e zone extraurbane a forte caratterizzazione turistico-residenziale.

La programmazione commerciale, in raccordo con la programmazione urbanistica, dovrà articolarsi per zone urbanistiche omogenee.

Le tabelle seguenti illustrano la situazione attuale del sistema distributivo di Villasimius.

**SITUAZIONE COMMERCIALE COMUNE DI VILLASIMIUS***urbanistica commerciale***ATTIVITÀ ESERCIZI COMMERCIO AL DETTAGLIO**Tab. 1 - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste

				Totale
	Alimentari	Non alimentari	Misti	
Punti vendita	16	106	28	150
	16	106	28	150

Tab. 1A - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste ^Per zone

				Totale
	Alimentari	Non alimentari	Misti	
Zona Urbana B	13	70	19	102
Zona Urbana C	3	16	2	21
Località Turistica	0	19	7	26
Zona Agricola	0	1	0	1
	16	106	28	150

Tab. 2 - RiPartizione ^Percentuale dei ^Punti di vendita ris^Petto al loro totale e ^Per zone

				Totale
	Alimentari	Non alimentari	Misti	
Punti vendita	10,67	70,67	18,67	100,00
	10,67	70,67	18,67	100,00

Tab.
2A - Ripartizione percentuale dei punti di vendita rispetto al loro totale e per zone

	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
Zona Urbana B	8,67	46,67	12,67	68,00
Zona Urbana C	2,00	10,67	1,33	14,00
Località Turistica	0,00	12,67	4,67	17,33
Zona Agricola	0,00	0,67	0,00	0,67
	10,67	70,67	18,67	100,00

Tab. 3 - Suddivisione esercizi per tabelle alimentari, non alimentari e miste e su superficie totale

	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
M ^q .	1.286	6.164	2.811	10.261
	1.286	6.164	2.811	10.261

Tab. 3/A - Suddivisione esercizi per tabelle alimentari, non alimentari e miste e su superficie totale e zone

	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
Zona Urbana B	441	3.228	1.575	5.244
Zona Urbana C	845	1.117	196	2.158
Località Turistica	0	819	1.040	1.859
Zona Agricola	0	1.000	0	1.000
	1.286	6.164	2.811	10.261

Tab.
4 - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste e su^Perficie media

	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
M ^q .	33,92	58,15	100,39	192,47
	33,92	58,15	100,39	192,47

Tab. 4 - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari, miste, su^Perficie media, zone

	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
Zona Urbana B	33,92	46,11	82,89	162,93
Zona Urbana C	281,67	69,81	28,00	379,48
Località Turistica	0,00	43,11	830,00	873,11
Zona Agricola	0,00	1.000,00	0,00	1.000,00
	315,59	1.159,03	940,89	2.415,52

Tab. 5 - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste con su^Perficie di vendita fino a 15 0 m^q.

	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
Punti vendita	15	104	23	142
	15	104	23	142

Tab.

5A - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste ^Per zone con su^Perficie di vendita fino a 150 m^q.

	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
Zona Urbana B	13	71	17	101
Zona Urbana C	2	15	2	19
Località Turistica	0	17	4	21
Zona Agricola	0	1	0	1
	15	104	23	142

Tab. 6 - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste con su^Perficie di vendita >150 fino a 300 m^q.

	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
Punti vendita	0	1	4	5
	0	1	4	5

Tab. 6A - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste ^Per zone con su^Perficie di vendita >150 e fino a 300 m^q.

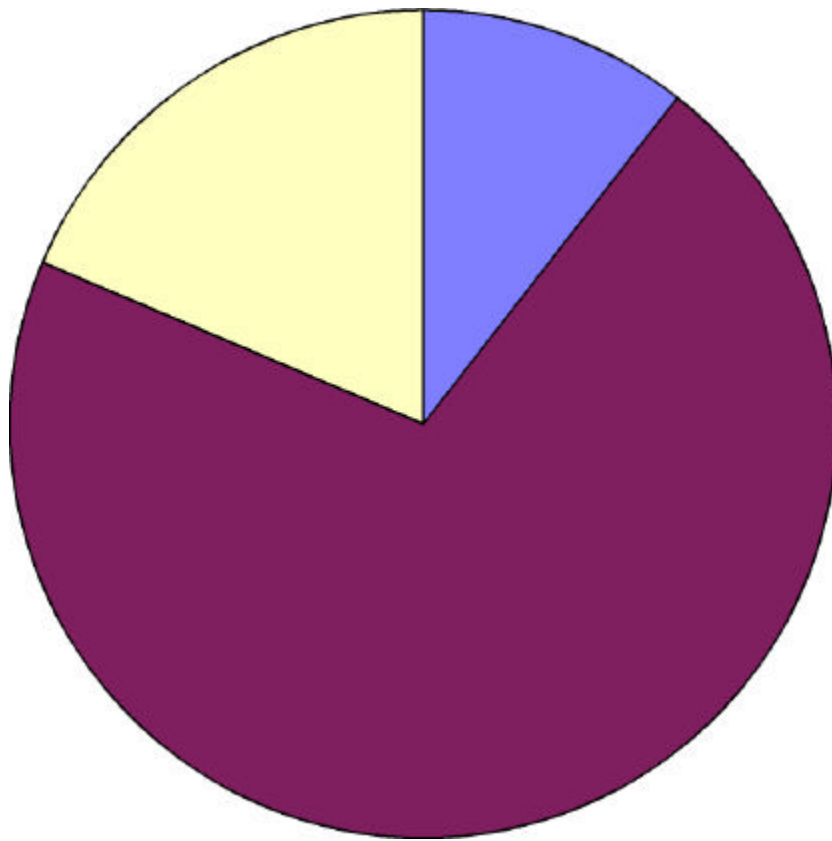
	Alimentari	Non alimentari	Misti	Totale
Zona Urbana B	0	1	2	3
Zona Urbana C	0	0	0	0
Località Turistica	0	0	2	2
Zona Agricola	0	0	0	0
	0	1	4	5

Tab. 7
- Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste con su^Perficie di vendita >300 m^q.

				Totale
	Alimentari	Non alimentari	Misti	
Punti vendita	1	1	1	3
	1	1	1	3

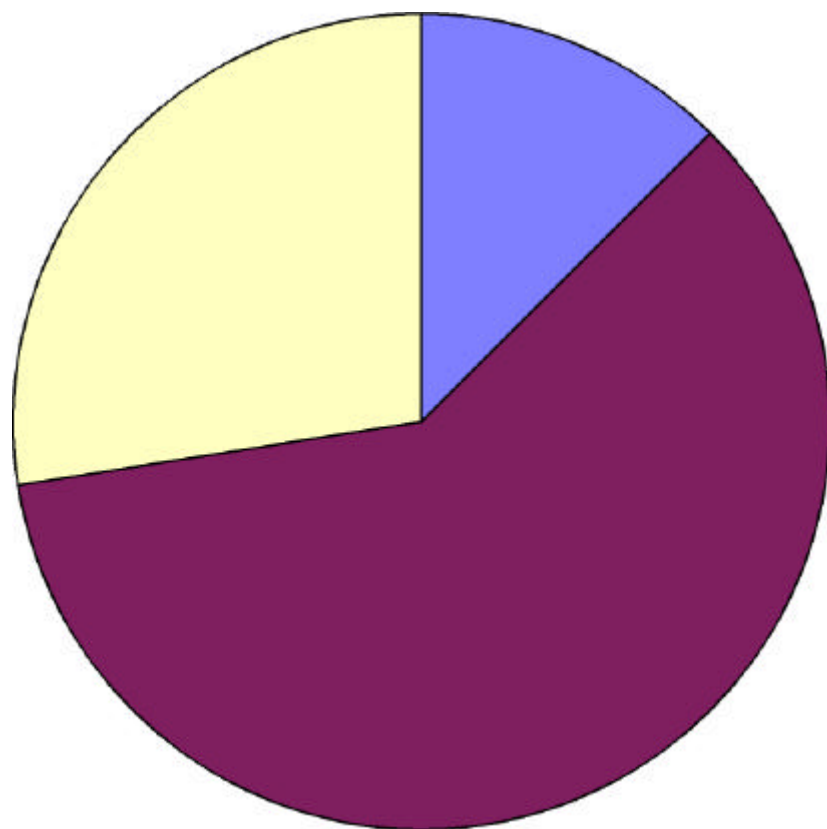
Tab. 7A - Suddivisione esercizi ^Per tabelle alimentari, non alimentari e miste ^Per zone con su^Perficie di vendita >300 m^q.

				Totale
	Alimentari	Non alimentari	Misti	
Zona Urbana B	0	0	0	0
Zona Urbana C	1	0	0	1
Località Turistica	0	0	1	1
Zona Agricola	0	1	0	1
	1	1	1	3



- Alimentari
- Non alimentari
- Misti





- Alimentari
- Non alimentari
- Misti

PROGRAMMAZIONE URBANISTICO COMMERCIALE

- SCELTE DI PIANO - DIRETTIVE

SCEL TE DI PIANO

I riferimenti normativi

La Legge Regionale 18 maggio 2006, n. 5 di “Disciplina generale delle attività commerciali” ha colmato un vuoto legislativo nel settore commerciale che si registrava da circa 8 anni dopo l’approvazione del Decreto legislativo 114/98. La modifica dell’art. 117 della Costituzione ha in effetti impresso un’accelerazione con il trasferimento di competenze esclusive in materia commerciale rispetto alla competenza concorrente che derivava dall’art. 4 dello Statuto Speciale della Sardegna. Per quanto riguarda la fase di programmazione, la legge regionale 05/06 prevede una prima fase di programmazione regionale mediante l’adozione di criteri di urbanistica commerciale che tendano a:

- a) favorire un equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive,;
- b) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva dei centri urbani, nelle zone interne, rurali e montane, con particolare riguardo ai centri minori;
- c) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che integrino e valorizzino la qualità dei comuni, la rivitalizzazione dei centri urbani, la riqualificazione ed il riuso di aree urbane sottoutilizzate, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, anche attraverso l’integrazione fra attività commerciali, artigianali, pubblici esercizi e attività ricreative;
- d) favorire lo sviluppo del commercio nelle aree di valore storico, archeologico, ambientale e turistico;
- e) individuare linee generali per favorire lo sviluppo dei centri commerciali naturali;
- f) promuovere progetti di riqualificazione commerciale di aree urbane colpite da processi di spopolamento.

Successivamente i Comuni, sulla base dei provvedimenti regionali di cui sopra e nei limiti di discrezionalità da essi concessi, adottano il proprio programma di urbanistica

commerciale. Fino all'adozione degli atti comunali, nonché in caso di adozione contrastante con i criteri regionali, hanno applicazione integrale ed immediata i criteri stabiliti con le deliberazioni della Giunta regionale.

Nella fase transitoria e sino all'adozione dei criteri regionali l'art. 19 della legge stabilisce fino all'approvazione dei provvedimenti attuativi si applicano, per le parti non contrastanti con la legge, le disposizioni di cui alla deliberazione della Giunta regionale n. 55/108 del 29 dicembre 2000 e successive modifiche e integrazioni, nonché la normativa statale e regionale non contrastante con la presente legge. L'abaco delle compatibilità, di cui alla medesima deliberazione, si applica per la parte non contrastante con le disposizioni della presente legge.

Pertanto con la normativa in vigore i Comuni devono procedere alla programmazione urbanistico commerciale in ambito comunale nel rispetto della programmazione regionale cui si fa riferimento sopra.

La programmazione commerciale dovrà quindi tener conto anche dei principi di cui alla Deliberazione della Giunta Regionale n. 55/108 del 29/12/2000: *"Adozione degli atti di cui agli articoli 4, 5, comma 1, 11, 12, 13 e 14, D. P. C. M. 6 ottobre 2000 - Intervento sostitutivo nei confronti della Regione Sardegna per il mancato esercizio delle funzioni amministrative conferite dal Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, art. 31, comma 1. Indirizzi provvisori ai Comuni in materia di vendite di fine stagione (art 15, commi 3 e 6, D.Lgs 31 marzo 1998, n. 114) "*, pubblicata sul supplemento straordinario n. 2 del B.U.R.A.S. n. 6 del 19 febbraio 2001 e successivamente modificata e integrata con deliberazione G.R. 28 maggio 2003 n. 15/35 e deliberazione G.R. 6 febbraio 2004 n. 4/1.

La deliberazione regionale stabilisce, tra le altre cose, quale dovrà essere il contenuto della programmazione comunale indicando criteri che in alcuni casi sono vincolanti mentre in altri casi possono essere derogati fermo restando il rispetto dei principi generali contenuti sia nella legge regionale 05/06 e sia nel decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 c.d. Decreto Bersani.

Scelte di Piano

Alla luce del nuovo quadro normativo il Comune di Villasimius intende perseguire alcuni obiettivi che possono essere riassunti nei seguenti punti:

??favorire il mantenimento di un'articolata distribuzione nel territorio comunale delle attività commerciali che vendono beni di largo e generale consumo;

??contribuire al miglioramento dell'efficienza del servizio reso al consumatore anche, sia pure entro certi limiti, attraverso un ampliamento delle superfici di vendita;

??favorire l'ampliamento dell'offerta commerciale esistente nel sistema distributivo locale favorendo la giusta competizione nell'interesse della collettività dei consumatori;

??porre vincoli all'apertura di strutture di vendita, che per dimensione, in rapporto al mercato locale, siano da considerarsi come appartenenti alla Grande Distribuzione;

??favorire l'associazionismo tra imprese commerciali esistenti;

??favorire una migliore articolazione dell'offerta commerciale consentendo l'apertura di attività specializzate in settori merceologici non presenti nel Comune o scarsamente presenti e per le quali esista una effettiva capacità di assorbimento da parte della domanda valutata naturalmente in termini potenziali.

??favorire una migliore organizzazione del servizio anche attraverso una nuova politica degli orari di apertura;

??superare il fenomeno della stagionalità del servizio mettendo ordine tra le attività permanenti e non.

Nel determinare le scelte di programmazione si avrà cura di rispettare innanzitutto il principio dell'efficienza gestionale delle attività commerciali tenendo conto però dell'imprescindibile salvaguardia dei diritti dei consumatori.

Dall'analisi del sistema distributivo di Villasimius emergono alcuni aspetti di seguito sinteticamente elencati:

?? Il Comune di Villasimius, con i suoi 3000 abitanti circa, ha una offerta commerciale abbastanza completa per quanto attiene le merceologie presenti;

?? la dimensione degli esercizi commerciali è caratterizzata dalla presenza di Esercizi di Vicinato il 96% circa degli esercizi ha infatti una superficie di vendita inferiore a 150 mq;

?? il principale fenomeno che si verifica a Villasimius è quello della stagionalità della domanda dovuta all'incremento della popolazione insediata nel periodo turistico;

?? la dimensione della domanda, peraltro potenziale, non giustifica però l'ubicazione di strutture di vendita di grandi dimensioni e comunque tali da creare un impatto negativo con il sistema distributivo tradizionale che possa comportare addirittura la chiusura delle piccole attività soprattutto nel settore dei beni di largo e generale consumo. Da questo punto di vista è chiara la scelta politica dell'Amministrazione di venire incontro alle esigenze del consumatore moderno da un lato ma dall'altro lato intende favorire il mantenimento di quelle attività tradizionali che garantiscono il cosiddetto servizio di "vicinato".

?? non sono abbastanza presenti attività commerciali altamente specializzate anche se ciò può essere giustificato con le nuove esigenze del consumatore che difficilmente possono essere soddisfatte all'interno di un sistema distributivo locale quale quello di Villasimius.

?? il livello dei servizi commerciali può considerarsi abbastanza accettabile anche se le attività presenti, soprattutto nel periodo estivo, dovrebbero garantire una maggiore "disponibilità" sia in termini di offerta e sia in termini di orari.

Concretamente, sulla base delle considerazioni fatte e tenendo conto delle indicazioni della delibera regionale 55/108, il Comune di Villasimius intende favorire una migliore articolazione del sistema distributivo nel Comune attraverso l'applicazione dei seguenti principi di carattere generale:

- ?? favorire il processo di riammodernamento del sistema distributivo, prevedendo, laddove non siano vincolanti, un ridimensionamento degli indici e parametri stabiliti dalla normativa e regolamenti regionali di programmazione.
- ?? Impedire l'insediamento di strutture appartenenti alla tipologia delle Grandi Strutture di Vendita (GSV)
- ?? localizzare le MSV in aree sufficientemente accessibili con adeguate superfici di parcheggio.
- ?? Prevedere dotazioni di parcheggio coerenti con lo sviluppo urbanistico del Comune.
- ?? Prevedere un limite di superficie per l'apertura di attività che abbiano ad oggetto esclusivamente la vendita di merci ingombranti, non immediatamente amovibili ed a consegna differita (mobilifici, concessionarie auto, nautica, legnami, materiali per l'edilizia e similari) la cui superficie massima non può in alcun caso superare i 2.000 mq;
- ?? Introdurre un limite per le Medie Superfici di Vendita da esercitare sottoforma di negozio singolo prevedendo un limite di insediamento per le attività che abbiano non più di 400 mq. di superficie di vendita.
- ?? Favorire invece la delocalizzazione di attività presenti nel tessuto urbano anche attraverso la realizzazione di complessi commerciali e polifunzionali in cui concentrare attività commerciali preesistenti la cui superficie di vendita complessiva non superi i 600 mq;

In particolare con riferimento a quest'ultimo punto, l'obiettivo dell'Amministrazione comunale è quello di favorire, nel rispetto dei principi su esposti, una giusta concorrenza da un lato limitando però la possibilità di insediamento per strutture distributive le cui dimensioni si configurerebbero come Grande Distribuzione con effetti dirompenti sulle piccole attività tradizionali la cui eventuale chiusura farebbe mancare

quel servizio di vicinato che invece svolge un ruolo importante anche nelle piccole realtà. Si considera peraltro che, in una realtà come quella di Villasimius, l'apertura di strutture distributive di dimensioni maggiori creerebbe peraltro seri problemi legati al traffico e allo stesso ordine pubblico. Per quanto attiene gli standard dei parcheggi si prevede l'applicazione di un parametro coerente con la situazione urbanistica del comune che consentano anche l'utilizzo degli immobili commerciali attualmente esistenti. Si pensi per esempio a quelle attività che esercitano in locali in affitto e che magari hanno costruito, con i vecchi indici di fabbricazione, un locale di proprietà dove trasferire l'esercizio; con la previsione di parametri troppo rigidi verrebbe loro preclusa questa possibilità. L'Amministrazione comunale intende invece favorire l'effettivo utilizzo degli spazi commerciali attualmente esistenti in modo da non dover compromettere gli investimenti effettuati dai propri cittadini. Per questo si individua un parametro di parcheggio più favorevole, fermo restando che l'area di parcheggio prevista è comunque sufficiente per garantire un regolare svolgimento della stessa attività.

DIRETTIVE

. Premessa

Il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n° 114, rappresenta la normativa di riferimento in materia di commercio, sulla base della legge delega 59/1997 che, riordinando l'assetto dei compiti e funzioni amministrative tra Stato, Regioni ed Enti Locali, ha inteso realizzare un sistema basato sulla semplificazione e il decentramento.

Con l'approvazione della Legge regionale 18 maggio 2006 n. 5 la Regione Sardegna ha, di fatto, recepito i principi sanciti dal cosiddetto decreto Bersani che ha modificato integralmente la materia perseguendo vari principi.

In particolare vengono confermati da un lato: la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e dall'altro: la tutela del consumatore (con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti), l'efficienza e la modernizzazione della rete distributiva, la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane.

Il decreto Bersani costituisce quindi una vera e propria legge-quadro sul commercio che, nel rispetto del principio di sussidiarietà, lascia ampio spazio alla potestà attuativa degli enti locali.

Alla Regione viene affidato il compito di fissare i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, affinché gli strumenti urbanistici comunali individuino:

- ?? le aree da destinare agli insediamenti commerciali ed, in particolare, quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio;
- ?? i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, nonché dell'arredo urbano, ai quali sono sottoposte le imprese commerciali nei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;
- ?? i vincoli di natura urbanistica ed in particolare quelli inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita;
- ?? la correlazione dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia inerenti l'immobile o il complesso di immobili e dell'autorizzazione all'apertura di una media o grande struttura di vendita, eventualmente prevedendone la contestualità.

Le regioni dovevano provvedere ad esercitare le funzioni loro attribuite entro un anno dall'entrata in vigore del D.Lgs 114/98.

La Regione Sardegna, come detto, ha colmato questo vuoto normativo solo nel maggio 2006 con l'approvazione della Legge Regionale 18 maggio 2006. n. 5 con la quale pone le basi per un effettivo rilancio e razionalizzazione del sistema distributivo in generale.

Nella fase transitoria e sino all'adozione dei criteri regionali la legge stabilisce che fino all'approvazione dei provvedimenti attuativi si applicano, per le parti non contrastanti con la legge, le disposizioni di cui alla deliberazione della Giunta regionale n. 55/108 del 29 dicembre 2000 e successive modifiche e integrazioni, nonché la normativa statale e regionale non contrastante con la presente legge. L'abaco delle compatibilità, di cui alla medesima deliberazione, si applica per la parte non contrastante con le disposizioni della presente legge.

Pertanto con la normativa in vigore i Comuni devono procedere alla programmazione urbanistico commerciale in ambito comunale nel rispetto della programmazione regionale cui si fa riferimento sopra.

La programmazione commerciale dovrà quindi tener conto anche dei principi di cui alla Deliberazione della Giunta Regionale n. 55/108 del 29/12/2000: *"Adozione degli atti di cui agli articoli 4, 5, comma 1, 11, 12, 13 e 14, D. P. C. M. 6 ottobre 2000 - Intervento sostitutivo nei confronti della Regione Sardegna per il mancato esercizio delle funzioni amministrative conferite dal Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, art. 31, comma 1. Indirizzi provvisori ai Comuni in materia di vendite di fine stagione (art 15, commi 3 e 6, D.Lgs 31 marzo 1998, n. 114) "*, pubblicata sul supplemento straordinario n. 2 del B.U.R.A.S. n. 6 del 19 febbraio 2001 e successivamente modificata e integrata con deliberazione G.R. 28 maggio 2003 n. 15/35 e deliberazione G.R. 6 febbraio 2004 n. 4/1.

Detta deliberazione, al punto 2, ha introdotto una distinzione, riferita alle Medie Strutture di Vendita (MSV) ed alle Grandi Strutture di Vendita (GSV), che qualifica quelle di tipo Alimentare e quelle di tipo non Alimentare:

?? sono convenzionalmente definite "Alimentari" le strutture di vendita esclusivamente alimentari e quelle miste in cui vi sia una prevalenza di superficie di vendita alimentare;

?? tutte le altre sono convenzionalmente definite "Non Alimentari". Una MSV o GSV non alimentare può essere esclusivamente non alimentare o mista con prevalenza di superficie non alimentare. In una MSV o GSV prevalentemente non alimentare, la

superficie di vendita alimentare non può essere superiore al **20%** della globale superficie di vendita e comunque non può essere maggiore di 500 mq.

I criteri regionali per l'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali sono stati definiti secondo delle compatibilità, riportate in un abaco. La parte prevalente dei criteri definiti *dal'abaco delle compatibilità* ha carattere vincolante: essi devono essere integralmente recepiti dagli Strumenti Urbanistici Comunali.

Le disposizioni regionali relative ai parcheggi pertinenziali definiscono valori minimi di dotazione di parcheggi differenziati per settore merceologico, superficie di vendita, zone d'insediamento.

Sono previste le varie combinazioni tra i tre elementi succitati, con differenziazioni quantitative.

Tali disposizioni hanno carattere d'indirizzo, e il Comune di Villasimius intende procedere ad una definizione quantitativa che differenzia gli standard a seconda del tipo di struttura, **per tre sole classi**.

Questa scelta è giustificata dalla volontà di procedere ad una semplificazione amministrativa, nonché dalla necessità di non vincolare il patrimonio edilizio commerciale ad un'unica destinazione.

Sulla base delle considerazioni sopra esposte si adottano le seguenti scelte:

1. Definizioni

Il commercio al dettaglio è l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende direttamente al consumatore finale; l'esercizio di tale attività è disciplinato dal successivo art. 4.

La superficie di vendita di un esercizio commerciale è l'area destinata all'esposizione ed alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita esclusivamente quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, nonché quella antistante la barriera casse quando non ospiti prodotti destinati alla vendita.

Per centro commerciale, come dimensionato al successivo punto 4, si intende la struttura dove siano presenti almeno due esercizi commerciali e gli stessi abbiano accesso/i in comune dalla pubblica via o abbiano in comune aree coperte o scoperte, quali parcheggi, percorsi pedonali e simili che consentano il passaggio dall'uno all'altro esercizio senza dover passare dalla pubblica via.

Si intende inoltre che per essere definito Centro Commerciale è sufficiente anche il possesso di uno solo dei requisiti. (1)

La galleria è lo spazio di passaggio tra gli esercizi commerciali che compongono il centro commerciale nella quale è vietata ogni forma di vendita.

La superficie di un centro commerciale è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali in esso presenti. L'autorizzazione all'apertura e all'ampliamento del centro commerciale deve indicare specificamente i singoli esercizi in esso inseriti; per l'attivazione di questi ultimi deve essere rilasciata apposita

Note: (1) integrato con Delibera C.C. n. 53 del 31/10/2008

autorizzazione subordinata alla prima e le relative autorizzazioni non possono essere trasferite al di fuori dello stesso centro commerciale. All'interno dei centri commerciali ciascun esercizio non può superare le superfici di vendita indicate per gli esercizi singoli.

La variazione del settore merceologico da non alimentare ad alimentare è soggetta al procedimento per le nuove istanze.

Sono forme speciali di vendita: gli spacci interni, gli apparecchi automatici, la vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione, la vendita effettuata presso il domicilio dei consumatori. Tali attività sono soggette a previa comunicazione al comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale per le società, nonché, per gli spacci interni ed i distributori automatici, al comune competente per territorio. L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione in cui deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 2 della legge e il settore merceologico.

È vietato l'esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio.

Tale divieto non opera per la vendita di:

- a) macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio, l'artigianato;
- b) materiale elettrico;
- c) colori e vernici, carte da parati;
- d) ferramenta ed utensileria;
- e) articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici;
- f) articoli da riscaldamento, combustibili;
- g) strumenti scientifici e di misura;
- h) macchine per ufficio e relativi accessori;
- i) auto, moto, cicli e relativi accessori e parti di ricambio;
- l) materiale per l'edilizia, legnami.

2. Tipologie di esercizi commerciali

1. Gli esercizi commerciali si distinguono in esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita.
2. Gli **esercizi di vicinato** hanno superficie di vendita non superiore a 150 mq. L'apertura, la variazione del settore merceologico, il trasferimento di sede e

l'ampliamento della superficie sono soggetti a previa comunicazione al comune competente per territorio e possono essere effettuati decorsi trenta giorni e non oltre i centoventi giorni dal ricevimento da parte del comune della comunicazione, in cui deve essere dichiarata:

- a) la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 2 della legge e il settore merceologico;
- b) il rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche, nonché quelle relative alle destinazioni d'uso e di agibilità dei locali;
- c) l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

3. Le **medie strutture di vendita** hanno superficie superiore ai limiti di cui al precedente comma 2 e fino a 800 mq. L'apertura, la variazione del settore merceologico, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie nei limiti di cui al presente comma sono soggetti ad autorizzazione comunale sulla base del rispetto dei criteri urbanistico-commerciali indicati nel presente Piano.

4. La superficie di vendita, che ha ad oggetto esclusivamente la vendita di merci ingombranti, non immediatamente amovibili ed a consegna differita (mobilifici, concessionarie auto, nautica, legnami, materiali per l'edilizia e similari), è computata nella misura di:

??un ottavo della superficie lorda parcabile quando questa non sia superiore a 1.500 mq nei casi di cui al comma 2;

??un terzo della superficie lorda coperta parcabile, e comunque non superiore a 2.000 mq, quando questa sia superiore ai predetti limiti nei casi di cui al comma 3.

5. Le **grandi strutture di vendita** hanno superficie superiore ai limiti di cui al comma

6. L'apertura, la variazione del settore merceologico, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie sono soggetti ad autorizzazione comunale sulla base del rispetto dei criteri urbanistico-commerciali di cui agli articoli 8 e 10 della legge, previo parere favorevole di una conferenza di servizi composta da tre membri, rappresentanti rispettivamente la Regione, la provincia e il comune.

7. L'istanza per l'apertura di una grande struttura di vendita deve essere inviata contemporaneamente a Regione, provincia e comune. Quest'ultimo svolge l'istruttoria nel termine di trenta giorni, salvo richieste d'integrazioni per non più di una volta e per un ulteriore termine di trenta giorni, e nei successivi sessanta giorni convoca la conferenza di servizi. La data di svolgimento deve essere concordata tra Regione e comune e non può svolgersi prima di trenta e non oltre sessanta giorni dalla

conclusione dell'istruttoria. I lavori della conferenza devono svolgersi in un termine massimo di sessanta giorni.

8. Non si procede a convocazione qualora la Regione respinga l'istanza nei trenta giorni successivi alla sua presentazione. Il provvedimento di rigetto deve essere comunicato al soggetto istante, al comune e alla provincia.

9. Le autorizzazioni a carattere stagionale devono garantire l'apertura per un periodo di tempo non inferiore a 90 giorni e non superiore a 180 giorni nell'arco dell'anno. E' data la facoltà agli operatori di indicare nella domanda il periodo in cui intendono esercitare l'attività. La chiusura dell'attività al di fuori del periodo indicato comporta l'applicazione delle relative sanzioni di cui al successivo art. 11.

10. La comunicazione e la domanda di apertura, di variazione del settore merceologico, di trasferimento di sede e di ampliamento della superficie di vendita dovranno essere fatte compilando l'apposita modulistica predisposta dal Comune.

3. Contestualità dei procedimenti istruttori

Qualora ai fini dell'apertura, ampliamento, trasferimento di una media o grande struttura di vendita sia necessario il rilascio della concessione o dell'autorizzazione edilizia, l'interessato deve presentare la relativa istanza contestualmente alla domanda di apertura dell'esercizio commerciale. In ciascuna delle due istanze l'interessato dovrà specificare l'attivazione del procedimento correlato.

I procedimenti devono essere conclusi con l'emanazione di un unico provvedimento firmato dai responsabili dell'Ufficio Tecnico e dell'Ufficio Commercio.

In qualsiasi caso in cui sia richiesto il rilascio di autorizzazione o concessione edilizia per locali destinati al commercio al dettaglio, l'Ufficio Tecnico deve acquisire preventivamente il parere dell'Ufficio Commercio.

4. Criteri di programmazione urbanistica

Il Piano Urbanistico del Comune di Villasimius non contempla la **zona A**, cosiddetto Centro Storico. Le previsioni vengono pertanto fatte sulla base dell'attuale classificazione urbanistica del Comune.

Nelle **Zone B** è consentito l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento (compresi i casi di autorizzazioni dovute di cui al successivo art. 8) esclusivamente di **Esercizi di Vicinato**

ZONA B

Zona B	<i>Esercizi singoli esclusivamente alimentari</i>	
	SV < = 150 mq	Ammissibili
	SV > 150 mq	Non ammissibili
	<i>Esercizi singoli (misti e non alimentari)</i>	
	SV < = 150 mq	Ammissibili
	SV > 150 mq	Non ammissibili
	<i>Esclusivamente Non alimentari (esercizi singoli o centri commerciali)</i>	
	SV < = 150 mq	Ammissibili
	SV > 150 mq	Non ammissibili

Nelle **Zone C** è consentito l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento (compresi i casi di autorizzazioni dovute di cui al successivo art. 5) esclusivamente di Esercizi di Vicinato Medie Strutture di Vendita alimentari e non alimentari nella forma di esercizi singoli nei limiti di 400 mq di superficie di vendita se trattasi di esercizi singoli o 600 mq di superficie di vendita se trattasi di centri commerciali.

È esclusa la presenza di:

- GSV Alimentari, Non Alimentari e Miste poiché la natura delle zone C non configura l'esistenza di condizioni ottimali (sotto il profilo topologico e viabilistico) per la realizzazione di tali grandi attrattori di traffico; la diversificazione dell'offerta commerciale nel settore alimentare (presenza della grande distribuzione) in tali zone è conseguibile mediante supermercati di idonea potenzialità;

ZONA C

Zona C	<i>Esercizi singoli esclusivamente alimentari</i>	
	SV < = 150 mq	Ammissibili
	SV > 150 mq	Non ammissibili
	<i>Esercizi singoli (misti e non alimentari)</i>	
	SV < = 400 mq	Ammissibili
	SV > 400 mq	Non Ammissibili
	<i>Centri commerciali</i>	
	SV < = 600 mq	Ammissibili
	SV > 600 mq	Non ammissibili

Per le **Zone F** sono imposti gli stessi vincoli riferiti alle **zone B**.

Nelle **Zone D e G** è consentito l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento (compresi i casi di autorizzazioni dovute di cui al successivo art. 5) esclusivamente di Esercizi di Vicinato Medie Strutture di Vendita alimentari e non alimentari nella forma di esercizi singoli o centri commerciali. Nel caso di Centri commerciali o polifunzionali in cui insediare attività preesistenti la superficie massima consentita è pari a 800 mq di superficie di vendita.

È esclusa la presenza di:

- GSV Alimentari, Non alimentari e Miste

ZONA D E G

Zona D e G	<i>Esercizi singoli esclusivamente alimentari</i>	
	SV < = 150 mq	Ammissibili
	SV > 150 mq	Non ammissibili
	<i>Esercizi singoli (misti e non alimentari)</i>	
	SV < = 600 mq	Ammissibili
	SV > 600 mq	Non Ammissibili
	<i>Centri commerciali</i>	
	SV < = 600 mq	Ammissibili
	SV > 600 mq	Non ammissibili
	<i>Centri commerciali con trasferimento di attività preesistenti</i>	
SV < = 800 mq	Ammissibili	
SV > 800 mq	Non ammissibili	

5. Centri commerciali urbani di via o di strada

In tutte le zone omogenee, ivi comprese le zone B, e' consentita la realizzazione di centri commerciali urbani di via o di strada non alimentari o misti costituiti mediante l'associazione degli esercizi di vendita esistenti nella via e nelle immediate adiacenze.

La realizzazione deve essere estesa all'intera strada o via interessata o ad almeno una sua porzione non inferiore alla lunghezza di metri 100.

Le eventuali opere necessarie per identificare il centro commerciale di via o di strada devono essere proposte all'esame dell'Amministrazione Comunale con un piano di arredo nel quale siano previsti centri di incontro e di aggregazione, parcheggi, verde ed opere complementari quali quelle di abbellimento (fregi, fontane, sculture) e di protezione (tettoie e coperture, vetrate, gallerie).

La realizzazione di gallerie, tettoie e coperture non costituisce volume ai fini della *verifica* dell'indice di edificabilità, purché i nuovi spazi (chioschi per informazioni, bar etc) non superino il 5% della superficie complessiva di via.

L'approvazione del piano di arredo segue l'iter di approvazione previsto dall'articolo 21 della L.R. n. 45/89.

6. Dotazione di parcheggi pertinenziali per la clientela

Il rilascio dell'autorizzazione commerciale per apertura, trasferimento, ampliamento di una media struttura di vendita (compresi i casi di autorizzazioni dovute di cui al successivo art. 8 é subordinato al rispetto degli standard di dotazione di parcheggi per la clientela. Non sono richiesti standard di parcheggi per gli esercizi di vicinato.

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 il parcheggio e l'ingresso) di barriere architettoniche o viabilità diversa da quella interna al parcheggio.

La superficie di vendita assunta a riferimento per la verifica degli standard è quella totale della struttura di vendita ottenuta **sommando le superfici di vendita dei**

diversi esercizi.

Il rapporto di parametrizzazione tra Superficie di Vendita e Superficie Lorda di Pavimento è stabilito in $SV/SLP = 0,75$.

Non sono previsti requisiti minimi per gli esercizi di vicinato.

Lo standard minimo dei parcheggi è il seguente: (in caso di decimali il numero dei parcheggi verrà arrotondato per difetto)

Settore alimentare

per esercizi con una superficie di vendita sino a 400 metri quadrati: 1 posto auto ogni 25 mq di superficie di vendita

per esercizi con una superficie di vendita da 401 mq sino a 800 mq: 1 posto auto ogni 20 mq di superficie di vendita

Settore non alimentare

per esercizi con una superficie di vendita sino a 400 metri quadrati: 1 posto auto ogni 25 mq di superficie di vendita

per esercizi con una superficie di vendita da 401 mq sino a 600 mq: 1 posto auto ogni 18 mq di superficie di vendita

Settore misto

Il numero dei posti auto si ottiene sommando i corrispondenti valori riferiti al settore alimentare e non alimentare.

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 il parcheggio e l'ingresso) di barriere architettoniche o viabilità diversa da quella interna al parcheggio.

7. Aree di sosta e movimentazione

Ogni MSV deve essere dotata di area di sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento delle merci (nel seguito definita SPmov) ad essa pertinenziale, ad eccezione delle MSV non alimentari localizzate in zone B in aree pedonali o a traffico limitato.

Per le strutture di vendita con $SV \geq 601$ mq, deve essere verificata la seguente relazione:

$$SP_{mov} \geq 0,18 \times S V + 48 \text{ [mq]}$$

Al fine di evitare che il conteggio di SPmov comprenda prevalentemente spazi residuali non utilizzabili per la funzione di sosta e movimentazione, SPmov deve avere una forma tale da consentire di potere inscrivere in essa un rettangolo di misure non inferiori a 5x10 [m].

SPmov deve essere:

- ?? contigua all'esercizio commerciale,
- ?? adibita ad uso esclusivo per la sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento dell'esercizio commerciale.

Solo nel caso di MSV con $SV \geq 600$ mq 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 devono essere verificate entrambe le seguenti condizioni:

- ?? la superficie destinata a parcheggio (SP) deve soddisfare la relazione $SP \geq SP_{standard} + 50$ [mq]
- ?? il numero di posti auto (PA) deve soddisfare la relazione $PA \geq PA_{standard} + 2$.

L'accesso ad SPmov dalla viabilità pubblica deve essere idoneo alla manovra dei veicoli adibiti al trasporto delle merci.

Per esercizi con SV > 600 mq è richiesta la separazione degli accessi veicolari al parcheggio riservato alla clientela ed all'area di sosta e movimentazione dei veicoli commerciali

8. Autorizzazioni dovute

L'autorizzazione all'apertura o ampliamento di una MSV a seguito di concentrazione costituisce atto dovuto, a condizione che siano rispettati i criteri di programmazione urbanistica di cui al precedente punto 4.

L'autorizzazione potrà riguardare strutture di vendita con superficie solo alimentare o solo non alimentare o con entrambe tali merceologie (strutture di vendita miste).

La superficie di vendita alimentare della nuova struttura potrà essere al massimo pari alla somma delle superfici di vendita alimentare "utili" degli esercizi portati in concentrazione. La superficie di vendita alimentare "utile" di ogni esercizio portato in concentrazione è data dal maggiore tra i seguenti valori: a) superficie di vendita alimentare autorizzata ai sensi dell'art. 24 della L. 11 giugno 1971, n° 426; b) superficie di vendita alimentare facente parte della consistenza dell'esercizio all'atto della domanda di concentrazione, a condizione che l'esercizio sia attivo da almeno tre anni e, qualora tale superficie risulti da un ampliamento, che tale ampliamento sia stato realizzato da almeno tre anni; qualora l'esercizio sia attivo da almeno tre anni e l'eventuale ampliamento sia stato realizzato nel corso dell'ultimo triennio, si assume come superficie alimentare utile per la concentrazione quella che risultava attivata al 1.095° giorno antecedente alla data di domanda di concentrazione (ossia a 3 anni da questa data); qualora l'esercizio sia attivo da meno tre anni, la 'superficie alimentare utile (SV_{UTILE}) è data dalla relazione:

$NG_{ESERCIZIO}$

$SV_{UTILE} = SV_{ORIGINARIA} \times \underline{\hspace{2cm}}$ con:

1095

?? $SV_{\text{ORIGINARIA}}$ = superficie di vendita alimentare dell'esercizio alla sua attivazione

?? $NG_{\text{ESERCIZIO}}$ = n°giorni decorsi dalla data di attivazione dell'esercizio.

Per l'individuazione della superficie di vendita non alimentare massima autorizzabile della nuova struttura si procederà in forma analoga a quanto specificato per la superficie alimentare.

Quanto sopra specificato vale per tutte le strutture di vendita (solo alimentari, solo non alimentari, miste)

L'autorizzazione all'ampliamento di una MSV o di una GSV costituisce atto dovuto a condizione che:

??siano rispettati i criteri di programmazione urbanistica di cui al precedente art. 4;

??l'ampliamento sia contenuto entro il limite del 20% del maggiore tra i seguenti valori:

?? superficie di vendita autorizzata ai sensi dell'art. 24 della L. 11 giugno 1971, n° 426;

?? superficie di vendita autorizzata all'atto della domanda di ampliamento, a condizione che la struttura di vendita sia attiva da almeno tre anni; qualora essa sia attiva da meno tre anni, la superficie utile per il calcolo della superficie incrementale (Sv_{UTILE}) è data dalla relazione:

$$Sv_{\text{UTILE}} = SV_{\text{ORIGINARIA}} \times \frac{NG_{\text{ESERCIZIO}}}{1095} \quad \text{con:}$$

?? $SV_{\text{ORIGINARIA}}$ = superficie di vendita della MSV o GSV autorizzata alla sua attivazione

?? $NG_{\text{ESERCIZIO}}$ = n°giorni decorsi dalla data di attivazione della MSV o GSV.

Così come per le concentrazioni, la superficie incrementale di ampliamento dovrà essere computata separatamente per l'alimentare ed il non alimentare.

Sia nel caso sub 1) che nel caso sub 2}, l'autorizzazione è dovuta, subordinatamente al rispetto dell'ulteriore condizione che il richiedente l'autorizzazione si impegni al reimpiego del personale occupato negli esercizi oggetto di concentrazione o ampliamento.

Non costituisce atto dovuto l'ampliamento (anche a seguito di concentrazione) di una MSV che determini la sua trasformazione in GSV; l'autorizzazione di una tale struttura segue, infatti, le procedure previste per qualunque nuova GSV.

Non è consentito l'ampliamento di una MSV o di una GSV di cui sia stato autorizzato un ampliamento nel triennio precedente la domanda di ampliamento.

Il rilascio dell'autorizzazione nei casi sopra esposti comporta la revoca dei titoli autorizzativi preesistenti.

Nel caso in cui l'ampliamento o la concentrazione riguardi autorizzazioni commerciali riferite alla Tabella VIII, il richiedente l'autorizzazione commerciale è tenuto a specificare il riparto di questa originaria superficie tra superficie alimentare e non alimentare. La nuova autorizzazione rilasciata distinguerà, pertanto, il riparto tra superficie alimentare e non alimentare conseguente all'intervento di ampliamento o concentrazione.

9. Autorizzazione amministrativa

Le iniziative soggette ad autorizzazione amministrativa comunale per il commercio al dettaglio in sede fissa sono le seguenti:

- 1) apertura, trasferimento, ampliamento dei punti di vendita appartenenti alle Medie Strutture di Vendita e Grandi Strutture di Vendita come indicato nel precedente punto 2.
- 2) [subingresso nella gestione o nella titolarità dell'esercizio precedentemente in attività ;] (2)

L'autorizzazione, fermo il rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria, igienico-sanitaria e dei regolamenti edilizi, è negata solo quando la richiesta

Note: (2) comma abrogato con Delibera C.C. n. 53 del 31/10/2008

risulti in contrasto con le disposizioni della legge regionale 5/06 e successive modificazioni e, per quanto compatibile, del D. Lgs. 114/98 e ss. mm. e ii. nonché delle direttive regionali in materia e del presente piano.

10. Decadenza o revoca dell'autorizzazione

Le autorizzazioni sono sospese per un periodo di trenta giorni qualora il titolare violi, per due volte nell'arco di dodici mesi, le prescrizioni in materia igienico-sanitaria. Le autorizzazioni decadono, o è ordinata la chiusura dell'esercizio di vicinato qualora il titolare:

- a) non inizi l'attività entro dodici mesi dalla data del rilascio, quando si tratti di medie strutture di vendita, salvo eventuale proroga, per uguale periodo, in caso di comprovata necessità;
- b) non inizi l'attività entro ventiquattro mesi qualora si tratti di grandi strutture di vendita, salvo eventuale proroga, per uguale periodo, concessa previo parere vincolante dall'Assessorato regionale competente in materia di commercio in caso di comprovata necessità;
- c) sospenda l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- d) non risulti più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 2 della legge regionale; In ogni caso è ordinata la chiusura immediata dell'esercizio ove il titolare risulti sprovvisto dell'autorizzazione amministrativa richiesta per le medie e le grandi strutture di vendita ovvero, nel caso di esercizio di vicinato, del mancato rispetto del comma 2 dell'articolo 4 della legge regionale;

La chiusura è disposta anche nel caso di ampliamento abusivo dell'esercizio.

11. Sanzioni pecuniarie

Chiunque violi le disposizioni di cui agli articoli 2, 3, 4 è punito con la sanzione

amministrativa del pagamento di una somma da euro 2.500 a euro 15.000.
Chiunque violi le disposizioni di cui al comma 9 dell'articolo 3 e all'articolo 7 è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.000 a euro 3.000.

Chiunque violi le disposizioni di cui all'articolo 6 è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 300 a euro 2.000.

In caso di recidiva gli importi sono raddoppiati.
Le sanzioni previste nel presente piano sono irrogate dal comune per il tramite della Polizia Municipale.

In caso di svolgimento abusivo dell'attività il comune ordina la chiusura immediata dell'esercizio di vendita.

12. Temporanea sospensione dell'autorizzazione

Il titolare di autorizzazione amministrativa che intende sospendere temporaneamente l'attività commerciale oltre dieci (10) giorni consecutivi deve darne comunicazione scritta al Comune. Perchè possa essere concessa la chiusura temporanea dell'esercizio commerciale devono ricorrere giusti motivi, compatibili con l'interesse pubblico.

Nel caso in cui non venga rispettato quanto sopra il titolare è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.000 a euro 3.000. in caso di recidività.

13. Zone urbanistiche commerciali

La programmazione urbanistico commerciale si riferisce alle zone urbanistiche omogenee e devono intendersi le zone di cui allo strumento urbanistico vigente.

La cartografia allegata costituisce parte integrante del piano e strumento di interpretazione dello stesso.

14. Superficie di vendita

La superficie di vendita di un esercizio commerciale è l'area destinata all'esposizione ed alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita esclusivamente quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, nonché quella antistante la barriera casse quando non ospiti prodotti destinati alla vendita.

La superficie di un centro commerciale è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali in esso presenti. L'autorizzazione all'apertura e all'ampliamento del centro commerciale deve indicare specificamente i singoli esercizi in esso inseriti; per l'attivazione di questi ultimi deve essere rilasciata apposita autorizzazione subordinata alla prima e le relative autorizzazioni non possono essere trasferite al di fuori dello stesso centro commerciale.