

COMUNE DI MONTEROSSO ALMO

PIANO DI URBANISTICA COMMERCIALE

gruppo di progettazione:

prof. Ignazio Arrabito

arch. Marilena Trovato

PIANO DI URBANISTICA COMMERCIALE :

- 1. PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE.**
- 2. PROGRAMMAZIONE URBANISTICA RIFERITA AL SETTORE COMMERCIALE**

PREMESSA

Il Piano di Urbanistica Commerciale è costituito da due parti tra di loro interdipendenti:

1^) la programmazione commerciale;

2^) la programmazione urbanistica riferita al settore commerciale.

La programmazione commerciale, che, riguardo alle zone di possibile insediamento, è basata sulla delimitazione effettuata con il PRG, contempla la previsione delle superfici di vendita disponibili, articolate per tipologie, all'interno di ciascuna delle predette zone, unitamente alle disposizioni sugli ampliamenti di esercizi esistenti e sulle richieste di subingresso. La sua validità ha durata quadriennale a partire dalla data di adozione da parte del Consiglio Comunale.

La programmazione urbanistica riferita al settore commerciale, che si sostanzia nella predisposizione di una Variante al vigente strumento urbanistico generale, contiene in particolare la normativa comunale riguardante le modifiche e

integrazioni a detto strumento precisate nella nota n. di prot. 1844 dell'8 marzo 2003 dell'Assessorato Regionale Cooperazione, Commercio, Artigianato e Pesca ed assunte dall'A.R.T.A. al n. di prot. 20613 del 26 marzo 2003 in sede di approvazione del PRG.

PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE

Relazione tecnica

Introduzione

Con la legge n.28/99, il principio della programmazione urbanistico-commerciale si ripropone, anche attraverso le importanti modifiche alla normativa precedente, con maggiore forza e significatività. In particolare, per quanto riguarda ad esempio il nostro Comune, la programmazione commerciale, con il contestuale adeguamento del PRG (che, in sostanza, configura una Variante a detto strumento), esprime plasticamente la precedente valutazione sulla importanza del comparto della distribuzione commerciale nell'alveo appunto della programmazione urbanistica.

Quanto appena riferito prende naturalmente le mosse dal contenuto della Legge di settore, la n.,28/99, e dalle relative Direttive di Esecuzione contenute nel DPRS 11/07/2000. In breve, si prevede un sistema distributivo congruamente articolato sul territorio e basato su un mix di offerta in cui possano coesistere soprattutto le piccole strutture, le medie, con dei limiti, e le grandi, con limiti ancora maggiori, quando non sia negata la possibilità stessa del relativo insediamento.

Per il differente peso assegnato alle citate tipologie, nella particolare situazione comunale di riferimento, le forze imprenditoriali interessate potranno riuscire ad esprimere le proprie possibilità riguardo all'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio su aree private.

La rete di vendita comunale

La legge n.28/99 suddivide i settori merceologici in due: il settore alimentare ed il settore non alimentare. Della consistenza di ciascuno e dell'articolazione dei relativi esercizi (di vicinato, medie e grandi strutture) all'interno del territorio comunale si dà conto qui di seguito:

Settore alimentare

La superficie complessiva riservata al settore è pari a mq. 1129,00 (millecentoventinove/00) che è così articolata tra gli esercizi:

- a) gli esercizi di vicinato**, in numero di 13 (tredici), utilizzano una superficie di vendita pari a mq.253,00; la relativa superficie media è pari a mq.19,4;
- b) le medie strutture**, in numero di tre, utilizzano una superficie pari a mq. 876,00; la relativa superficie media è pari a mq.292,00;
- c) non esiste alcuna grande struttura di vendita.**

Infine, due utili dati complementari:

- 1) la superficie di vendita per 1000 abitanti è pari a mq 322,5 ;**

2) il numero di esercizi ogni 1000 abitanti è di **4,5**.

Una breve analisi fa emergere come le medie strutture , con appena il 18.7% del totale degli esercizi, occupino una superficie di vendita pari al 77.6% del totale, il che è paradigmatico di un elemento di modernità della rete commerciale comunale, in uno alla circostanza che la rete di vendita , dopo aver scontato e superato il fardello di una elevata marginalizzazione degli esercizi, per mezzo di insediamenti mirati e di un approccio distributivo di indubbia razionalità, è ora in grado di frenare in misura assai consistente l'evasione della domanda verso altri Comuni più solidi dal punto di vista commerciale e di soddisfare in maniera sufficientemente adeguata le esigenze del consumo, in un quadro complessivo che andrà naturalmente migliorato, il che potrà avvenire in quanto esistono le condizioni per poter seguire utilmente detto nuovo corso. La predisposizione del PUC esprime il quadro concettuale e pratico in cui possono essere fatte valere dette condizioni.

All'interno di quanto riferito, si deve collocare il rilievo, che non altera quanto detto finora, ma si inquadra coerentemente all'interno della sintetica valutazione fatta,

relativo alla consistenza e, soprattutto, alle dimensioni dei locali di vendita degli esercizi di vicinato che si presentano, spesso, al di sotto delle soglie minime che caratterizzano gli stessi esercizi marginali, pur se i costi di gestione, naturalmente, non sono elevati. Quanto rilevato è infine condizionato, oltre che dal relativo approccio imprenditoriale utilizzato, in modo assai significativo dalla caratteristica “fisica” dei locali esistenti, che, per le medie strutture, le quali, però, sono naturalmente in numero limitato, non ha invece pesato in modo decisivo.

All'interno della rete, che come abbiamo visto associa elementi di modernità ad altri in cui emergono delle difficoltà gestionali, da parte appunto degli esercizi “minori”, impossibilitati ad utilizzare approcci più razionali e produttivi, emerge la scarsità dell'offerta dei generi di ortofrutta, che il relativo livello di domanda ed il fenomeno dell'autoconsumo, non possono naturalmente giustificare, almeno non nella misura in cui la predetta carenza distributiva è stata rilevata.

In definitiva, è verosimile ipotizzare una ulteriore marginalizzazione e definitiva

scomparsa di buona parte degli esercizi di vicinato, il che, in uno ad una carenza nell'offerta, fa emergere la necessità di un ulteriore irrobustimento della rete, che potrebbe essere ottenuto, ove possibile, con ampliamenti delle superfici di vendita delle medie strutture, oltre che, naturalmente, dall'utile insediamento di qualche unità commerciale appartenente a dette tipologie. Al riguardo si aggiunge che, relativamente alla dotazione di parcheggi pertinenziali per la clientela, le deroghe, consentite dalla legge ed utilizzate con la normativa apprestata con il presente Piano, potranno utilmente accompagnare detto processo evolutivo, la cui utilità, in termini di rapporto qualità/prezzo, è di assoluta evidenza.

Settore non alimentare

Gli esercizi di vicinato sono in numero pari a 35 (trentacinque), le medie strutture in numero di 6 (sei). Anche riguardo a questo settore non risultano insediate grandi strutture di vendita.

Per l'insieme degli esercizi si registra un numero di 14.5 esercizi ogni 1000 abitanti.

Una consistenza, dal punto di vista quantitativo, sicuramente importante, che non si lega tuttavia ad una "qualità" commercialmente adeguata. Del resto, la citata consistenza, non "copre" il ventaglio della domanda, da un lato, per una diffusa "ripetizione" di specializzazioni merceologiche , dall'altro, in quanto non è oggettivamente possibile vendere tutti i beni normalmente richiesti dai consumatori e, ove si fosse teoricamente in condizione di farlo, la vendita non sarebbe produttiva (per i consumatori) e redditizia (per gli operatori commerciali).

Il combinato disposto di quanto riferito rende assai problematica l'esistenza di una rete di settore efficiente e, per tale aspetto, il complessivo livello della domanda, rende quasi permanente tale situazione con un quadro prospettico che potrà

naturalmente subire delle modificazioni (delle quali più avanti saranno offerte alcune possibili coordinate) ma ugualmente all'interno di una precarietà complessiva che renderanno di tutta evidenza quasi cogente il fenomeno dell'evasione (pur appunto attenuato se saranno adottati alcuni accorgimenti ed assunti ben precisi comportamenti commerciali di natura innovativa) per un numero assai largo di beni.

E' noto che con l'attuale legislazione è possibile, da parte degli attuali operatori, cambiare i beni già offerti in vendita e/o la loro composizione merceologica, come, allo stesso modo, ciò sarà possibile per i futuri operatori (ossia procedere a delle modifiche nel corso degli anni in cui sarà appunto esercitata la vendita). Con questa premessa, cui si associa tuttavia una considerazione, ovvero che molto verosimilmente, da parte degli attuali operatori non si provvederà ad una mutazione significativa dei beni già venduti (l'ipotesi è assunta sulla base del trend passato e sul fatto che il mutare la merceologia dei beni fino a quel momento offerti può produrre più danni che vantaggi, oltre che con la circostanza di una certa assuefazione e confidenza con la vendita di beni già effettuata nel tempo ed alla

elevata aleatorietà di un' attività legata ad un esercizio gestionale differente) qui di

seguito si offre la “ composizione” delle specializzazioni merceologiche offerte.

Gli esercizi di vicinato offrono le seguenti specializzazioni merceologiche (°)

biancheria intima;

ricambi auto;

auto;

articoli di telefonia;

marmi;

articoli di regalo (cinque esercizi);

corredi;

prodotti di ottica;

mobili (due esercizi);

materiale elettrico (due esercizi);

giocattoli;

prodotti per l'agricoltura (due esercizi);

abbigliamento (due esercizi);

prodotti meccanici;

calzature;

gas liquido;

articoli sportivi,

abbigliamento più tendaggi.

(°) Nei casi in cui non è indicato quanti esercizi offrono la specializzazione merceologica di riferimento, il relativo numero è pari ad uno.

Le medie strutture (complessivamente in numero di sei) offrono in vendita le seguenti specializzazioni:

articoli di regalo;

mobili (due esercizi);

prodotti per l'agricoltura;

materiale da costruzione (due esercizi);:

La superficie media per media struttura è pari a mq. 149,00. E' importante sottolineare che le superfici di tutti gli esercizi sostanzialmente si equivalgono fra di loro e, pertanto, il valore medio riflette sostanzialmente quello reale di ciascuna struttura.

Per qualche considerazione finale e, soprattutto, per prefigurare qualche prospettiva di più ampio respiro per il settore, nel richiamare la circostanza che per l'anzidetta impossibilità della rete comunale di coprire l'intera domanda espressa dai residenti " entrano in campo" naturalmente altre reti commerciali comunali – segnatamente, in modo assai più importante rispetto a tutte le altre, quella del Comune di Ragusa,

in quanto esprime la maggiore attrazione nei confronti della realtà comunale, attrazione che, valutata nel suo verso opposto, caratterizza appunto l'evasione della domanda che, per quanto riguarda invece il settore alimentare è assai limitata – occorre riferire come la predetta circostanza non sia per nulla anomala, ma dipenda del tutto logicamente (anche se è possibile utilizzare qualche antidoto) , dalla natura stessa dei beni che costituiscono il settore non alimentare, beni che possono essere offerti utilmente solo in presenza di elevati livelli di domanda (che evidentemente la realtà demografica di Monterosso Almo non può esprimere). Tale constatazione, non impedisce, come si è prefigurato in precedenza, di cercare qualche soluzione che possa essere utilmente praticabile.

Per tale aspetto, una modalità di vendita che potrebbe rivelarsi assai efficace potrebbe essere rappresentata dalla realizzazione di qualche “ mercato coperto” contempi l'offerta congiunta di più specializzazioni merceologiche, all'interno appunto del medesimo “centro” di vendita costituito da più esercizi. Tale soluzione ha inoltre il vantaggio che, contestualmente ad un'offerta commerciale di

significativo valore, caratterizzata da adeguate economie di scala , si possa ottenere

- in uno alla realizzazione di una rete commerciale caratterizzata da un mix di tipologie, delle modalità di vendita, comunque aderenti, dal punto di vista quantitativo e qualitativo, ai livelli attuali e prevedibili di domanda - una riduzione più o meno significativa dell'attuale evasione della domanda, non naturalmente per cercare di ridurre in ogni modo la mobilità dei consumatori, ma per offrire delle opzioni di acquisto anche all'interno del territorio comunale, il che, peraltro, eviterebbe il drenaggio di risorse finanziarie da parte appunto di altre realtà commerciali comunali.

L'utilizzo delle previsioni urbanistiche contenute nel presente piano, rese anche possibili da un'accorta normativa, oltre che favorire importanti processi di qualificazione urbana, renderebbe possibile il nuovo approccio, prima evidenziato, di natura imprenditoriale per il settore della distribuzione commerciale.

**LA ZONIZZAZIONE URBANISTICO-COMMERCIALE
DEL TERRITORIO COMUNALE**

Per ottenere sia gli obiettivi fissati dalla Legge n.28/99 e dalle Direttive di Esecuzione della stessa, contenute nel DPRS n.165/2000, quanto per dare coerenza ai criteri indicati in precedenza, si è provveduto:

1) a richiamare le zone delimitate con il PRG che, naturalmente, sono assunte anche ai fini del presente Piano. Di ciascuna di dette zone, sarà fornita la definizione contenuta nelle Norme Tecniche di Attuazione del PRG e, in più, saranno offerte le previsioni di carattere generale riguardanti la natura e le funzioni che potrà svolgere la rete commerciale;

2) sono state individuate le cosiddette zone specialistiche, in cui è consentito l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita (con la specificazione delle particolari modalità ed i limiti in cui dette strutture potranno essere insediate).

Sull'apposita carta tecnica, fornita in Allegato, sarà presentata la delimitazione delle stesse: Zone D1* specialistiche, che, al riguardo, costituiscono una parte fondamentale della Variante Urbanistica., in uno , naturalmente, alle altre prescrizioni.

L'illustrazione che verrà fatta dovrà essere interpretata tenendo presente la prospettiva unitaria degli interventi sul territorio comunale, che non è appunto un'entità unitaria solo dal punto di vista giuridico-amministrativo, ma lo è anche da quello economico, commerciale, ed urbanistico-territoriale, in guisa che le previsioni vanno considerate in un quadro di interdipendenza, nel senso che quelle formulate per ciascun ambito influenzano quelle relative agli altri e viceversa.

Infine, per un corretto approccio interpretativo riguardo a quanto può appunto esser fatto per rafforzare e qualificare l'attività commerciale nel centro storico e nelle aree urbane in cui esiste una qualche presenza commerciale, richiamato che sia gli obiettivi generali della programmazione fissati dalla legge, quanto quelli particolari, mutuati e, si osa dire, anche sapientemente interpretati dai primi, da parte dell'Amministrazione Comunale, sono naturalmente compatibili con gli attuali e previsti assetti urbanistici, è di tutta evidenza come si riveli essenziale la sinergia degli sforzi e delle iniziative da parte sia del Comune quanto degli imprenditori, da

cui potrà derivare un rafforzamento della funzione della struttura urbana, un qualificato livello di servizi e attrezzature per migliorare la vivibilità dei luoghi di aggregazione, un potenziamento della gamma dei servizi culturali, artigianali, di ritrovo e di intrattenimento, il miglioramento degli arredi delle piazze e delle strade e quant'altro di simile sia ritenuto appropriato ed idoneo. Il tutto, naturalmente, nei limiti e nelle possibilità "connaturate" alle limitate dimensioni fisiche e demografiche del territorio del Comune di Monterosso Almo.

ZONA A

La Zona, secondo la definizione delle Norme di Attuazione del PRG, "comprende parti della struttura urbana di interesse storico, architettonico, ambientale e panoramico, coincidenti con il suo nucleo di fondazione e la prima espansione di esso. Ogni intervento ammesso nella Zona A deve essere finalizzato alla tutela dei valori storici, architettonici, ambientali e panoramici della zona. La Zona....."

L'ampliamento delle dimensioni di vendita potrà essere realizzato con eventuali insediamenti di esercizi di vicinato, mentre, per quanto riguarda le medie strutture, il loro eventuale insediamento è assai più problematico, sia per i vincoli urbanistici che per l'impossibilità di reperire i parcheggi in misura conforme. Tuttavia, la possibilità di poter eventualmente ampliare le dimensioni delle medie strutture esistenti e di poter ottenere il subingresso nel relativo esercizio dell'attività, nei limiti delle deroghe consentite in ordine ai parcheggi pertinenziali, potranno migliorare la funzione commerciale della zona. Che potrà essere perseguita, in associazione o meno con gli interventi prima indicati, anche attraverso iniziative culturali, seminari, convegni, manifestazioni, con le quali far conoscere e promuovere i prodotti locali, legati alla terra ed all'artigianato. Per tale aspetto, l'insieme di ali azioni, indipendentemente da incrementi nelle dimensioni di vendita che, naturalmente, ove attualizzati potrebbero amplificare l'utilità marginale ottenuta con l'esercizio dell'attività, potrebbe concorrere a favorire

l'ammodernamento della rete di vendita, l'aggregazione – ove possibile – degli esercizi, la specializzazione dell'offerta da parte di alcuni esercizi, l'eventuale impiego al riguardo di immobili anche di pregio.

ZONA B

Le Zone B, così come definite all'Articolo 28 delle Norme di Attuazione, sono

“ zone a prevalenza residenziale esistenti o in via di completamento che non presentano valori storico-ambientali da salvaguardare.....”.

Dal punto di vista commerciale, l'obiettivo, per le zone, è di incentivare l'aggregazione e il completamento dei servizi di offerta commerciale esistente, attraverso, se possibile, l'ampliamento delle dimensioni di vendita degli esercizi e, comunque, con l'insediamento di qualche media struttura di vendita, specie del settore non alimentare, associata od essa stessa preferibilmente rappresentata dall'aggregazione fra esercizi, che faccia emergere spunti vivaci e significativi nei livelli di offerta, specie di quella relativa a beni non ancora offerti o presentati in maniera insufficiente all'interno del territorio comunale. Tutto, naturalmente, nei

limiti della domanda prevista , ma, quel che più conta, l'offerta dovrà essere organizzata in modo razionale e presentata in modo moderno e sapiente.

Dal punto di vista delle azioni di supporto alle attività commerciali – già insediate ed a quelle di futuro insediamento – tali azioni, in verità, potranno essere abbastanza limitate, ma è evidente che, ad esempio, la sistemazione della strade e delle piazze, la realizzazione di qualche parco giochi, nuovi ed adeguati spazi per il ritrovo e la comunicazione, potranno rappresentare dei fattori propulsivi per l'adeguamento quantitativo e soprattutto qualitativo dell'offerta.

ZONE DI EDILIZIA RESIDENZIALE PUBBLICA (E..R.P.)

La delimitazione delle Zone di E.R.P. “risponde” naturalmente a quella analoga compiuta per il PRG, secondo il quale, per tali zone, come recita il relativo Articolo delle Norme Tecniche di Attuazione, è ammessa la “ destinazione commerciale e di servizio alla residenza”.

L'obiettivo della concreta utilizzazione della destinazione commerciale, rimane tuttavia di assai difficile realizzazione, per la storica assenza di locali disponibili in dette zone per l'esercizio dell'attività commerciale, che, per l'occasione, potrebbe essere svolta da esercizi di vicinato, stante che per le medie strutture il livello di domanda che emerge all'interno di dette zone non sarebbe compatibile con l'offerta minima che potrebbe rendere plausibile l'insediamento di esercizi aventi le dimensioni di competenza.

ZONA C

Per l'articolo 35 delle Norme di Attuazione, la Zona C "comprende le parti del territorio comunale su cui è prevista la costruzione di nuovi complessi residenziali.

L'edificazione....."

E' noto come nell'originaria progettazione dello strumento urbanistico generale, estensione e numero delle Zone C fossero maggiori della sola C2 che, alla fine, con l'approvazione del predetto strumento, è stato possibile delimitare.

La forte limitazione operata sulla originaria previsione dipende naturalmente dalla

“correzione” operata nella sede tecnica di competenza in ragione dei prevedibili, modestissimi incrementi previsti nella popolazione residente (prima indicati in misura assai più consistente). Pertanto, pur se l’insediamento di attività commerciali nelle Zone C si rivela abbastanza appropriato e potrebbe caratterizzarsi positivamente in ordine alla possibilità di presentare esercizi moderni dalle dimensioni di vendita adeguate, aventi parcheggi pertinenziali nella misura conforme a quanto previsto dalla relative norme, tali insediamenti, nei fatti, relativamente alla nostra realtà comunale, potranno risultare assai limitati per consistenza dimensionale e numero.

ZONE D1

Si tratta di zone per “ insediamenti artigianali, industriali e commerciali esistenti”, come recita la relativa definizione delle Norme di Attuazione del PRG. Per il presente Piano, tali Zone sono state delimitate in quanto in ciascuna delle due relative zone è insediata una media struttura non alimentare. Non sono previsti nuovi insediamenti commerciali ma, naturalmente, solo possibili ampliamenti.

ZONE D1*

Nelle zone D1* sono consentiti gli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita.

Tali insediamenti saranno ammessi nei limiti plausibili e tecnicamente compatibili con la struttura commerciale comunale esistente e con il previsto futuro livello della domanda, in uno con la necessità dell'efficienza e produttività della rete di vendita,

La relativa individuazione ha utilizzato i seguenti criteri:

- a)** della collocazione in aree facilmente accessibili ed abbastanza baricentriche;
- b)** dell'evitare il crearsi di situazioni di monopolio sul mercato immobiliare in uno a contrastare il formarsi di rendite di posizione.

Sulla base di quanto complessivamente riferito , gli insediamenti hanno il duplice obiettivo di produrre processi concorrenziali nei confronti della restante rete commerciale comunale e, al tempo stesso, di completamento dell'attuale livello di offerta.

L'eventuale realizzazione di tali obiettivi non si tradurrà in limitazioni all'attività svolta dall'attuale rete commerciale, né naturalmente nell'impoverimento dei relativi operatori, ma, al contrario, potrà innescare all'interno della rete medesima processi di stimolo, in grado cioè di farne aderire il ruolo e le funzioni alle mutevoli esigenze dei consumatori.

Infine, all'interno di quanto riferito in precedenza in ordine alla suddivisione del territorio comunale in zone urbanistico-commerciali, per quanto concerne le medie strutture (che sono quelle per le quali si richiede l'attivazione di una superficie di vendita ricompresa fra 101 e 600 mq.) , qui di seguito si offrono alcune delle **linee-guida** che ne caratterizzano la previsione (in termini di zone di possibile insediamento e di superfici di vendita attivabile) significando al riguardo come la relativa normazione sostanzia gran parte della complessiva programmazione urbanistico-commerciale. In breve, **le linee** assumono che la relativa rete, dovrà

contribuire, per la sua parte (che non è naturalmente grande, in quanto, si ripete ancora una volta, la popolazione residente nel Comune è assai limitata - e dunque modesti i livelli di domanda – e sono ugualmente assai scarse le possibilità che la rete commerciale comunale, anche nell'ipotesi di un suo dimensionamento importante, in termini di qualità e quantità, possa riuscire ad attrarre i livelli di domanda che emergono ed evadono dagli altri territori comunali vicini) ad interpretare , rappresentare e caratterizzare in modo assai significativo, la distribuzione commerciale all'interno del territorio comunale. Per la rete di vendita di dette strutture, ossia , in ordine al ruolo ed alle funzioni che potrà esprimere all'interno dei differenti ambiti urbani, nella misura anche di un equilibrato rapporto con le strutture di vicinato, si prevede che con tale modalità di offerta si potrà meglio conseguire l'obiettivo di rendere il miglior soddisfacimento possibile ai consumatori, che devono avere il diritto di poter ottenere la migliore produttività del sistema e qualità del servizio. Congiunta a tale prospettiva, si associa l'altra

che i nuovi insediamenti previsti possano anche riuscire a qualificare il tessuto urbano.

La conclusione è che i relativi criteri di insediamento, altrove già definiti linee-guida, assumono la necessità che il sistema distributivo comunale, nel tendere all'equilibrio commerciale fra domanda ed offerta, eviti doppioni non motivati da ragioni di interesse generale, sia compatibile con la maglia dei tessuti urbani già formati od in formazione, utilizzi in modo sapiente gli spazi esistenti che, in uno con i benefici normativi a favore dell'aggregazione degli esercizi, contempra tale modalità di vendita come paradigma fondamentale o, comunque, essenziale della rete comunale di vendita che si verrà a configurare.

**PROGRAMMAZIONE URBANISTICA RIFERITA
AL SETTORE COMMERCIALE**

- Relazione tecnica -

Dal Decreto di approvazione dello strumento urbanistico del Comune di Monterosso Almo si evidenzia che l'A.R.T.A., con nota di prot.n. 8324 del 10 febbraio 2003, al fine di dare esito agli adempimenti di cui all'art.5, comma 7 della L.R. n.28/99, ha sottoposto all'Assessorato Regionale Cooperazione, Commercio, Artigianato e Pesca, le valutazioni di merito di competenza sullo strumento urbanistico adottato dal Comune di Monterosso Almo già fornito di voto del CRU n.78 del 15 gennaio 2003.

Il predetto Assessorato Regionale, con nota di prot.n. 1844 del 18 marzo 2003, assunta al prot. dell'A.R.T.A. in data 26 marzo 2003 col n. 20613, ha formulato al riguardo le proposte di integrazione al citato strumento urbanistico che contemplano di:

“ integrare , relativamente agli articoli riguardanti le zonizzazioni, la previsione del commercio al dettaglio con l'indicazione delle tipologie di esercizi di vicinato, di media e di grande struttura;

“ integrare la zonizzazione con la previsione che il numero delle aree individuate per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita dovrà essere superiore al numero delle strutture effettivamente attivabili”;

“inserire la previsione riguardante le dotazioni di parcheggi pertinenziali disciplinate dall'art.16 del DPRS 11/07/2000”.

Nel citato Decreto di approvazione dello strumento urbanistico generale, all'art.4, l'A.R.T.A. ha dunque prescritto, in uno ad altri adempimenti che fanno capo alle corrispondenti problematiche, di apportare le citate integrazioni.

Pertanto, il Comune di Monterosso Almo, per la parte urbanistica riferita al settore commerciale, provvede a mezzo di apposita Variante all'adeguamento degli strumenti urbanistici generali ed attuativi.

Per una breve introduzione alla predetta Variante, si è così provveduto:

1. sono state indicate le tipologie di esercizi ammesse all'interno delle differenti zone dello strumento urbanistico;
2. sono state individuate le aree in cui consentire l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio. Al riguardo, si richiamano sia il testo della Legge n. 28/99, quanto le relative Direttive di Esecuzione contenute nel DPRS 11.07.2000. In particolare, queste ultime disciplinano le modalità di programmazione della rete commerciale comunale per favorire lo sviluppo delle diverse forme distributive. In particolare, è prescritto che i Comuni devono salvaguardare le

attività commerciali nelle aree centrali e favorire la formazione di poli commerciali extraurbani. Gli obiettivi riguardano dunque, da una parte, la necessità della salvaguardia degli esercizi esistenti e l'integrazione delle insegne mancanti nel tessuto urbano, dall'altra, di indicare nello strumento urbanistico generale le aree per il commercio al dettaglio in cui rendere possibile l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita.

Il problema che si pone per i Comuni è dunque duplice. Da un lato, occorre favorire la costituzione di poli ad elevata attrattività (nei limiti naturalmente in cui ciò potrà essere utile ed efficace) , dall'altro, favorire una migliore articolazione territoriale della rete, assicurando una sua maggiore produttività ed una più elevata accessibilità alle unità di vendita.

Per il caso in esame, occorre naturalmente valutare con molta ponderazione il ruolo e la funzione della distribuzione commerciale comunale. In tale prospettiva si anticipa che saranno posti dei limiti molto pesanti all'insediamento di grandi strutture di vendita mentre, per quanto riguarda le medie strutture , la soluzione

indicata e trovata, in uno, all'utilizzazione di ambiti territoriali che oltre ad essere collocati all'esterno del centro abitato, sono in posizione assolutamente accessibile e, infine, che nei casi di eventuale insediamento di nuove unità commerciali non si produrrebbero impatti incompatibili sul traffico, sulla viabilità e sull'ambiente, si è inteso rispondere pienamente e puntualmente agli obiettivi fissati all'art.5, comma 1, lett.b) della legge, ossia di "assicurare il rispetto del principio della libera concorrenza favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive e la pluralità delle imprese", oltre naturalmente alla osservanza della indicazione contenuta nel Direttive di cui al DPRS 11/07/2000, peraltro ripresa dall'Assessorato Cooperazione, Commercio, ecc., nella citata nota n. 20613 del 20 / 03/2003 , secondo cui " la misura delle aree delle superfici individuate deve essere maggiore di quella delle strutture di vendita effettivamente attivabili".

3. Sono state specificate le misure riguardanti gli standard dei parcheggi pertinenti per la clientela , riprendendo le relative indicazioni contenute nel DPRS 11/07/2000 ivi incluse le norme in deroga.

PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE

NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

ARTICOLO 1

Termini di validità

La programmazione commerciale comunale per la rete di vendita al dettaglio su aree private ha validità quinquennale.

ARTICOLO 2

Zone comunali di possibile insediamento commerciale

1. Le zone in cui possono essere insediate le differenti tipologie di esercizi commerciali al dettaglio su aree private previste dalla legge (esercizi di vicinato, medie strutture, grandi strutture), sono le seguenti:

1) Le Zone : A, B (B1, B2, B3), Sottozona C2, tutte delimitate nelle tavole del PRG e normate nelle relative N.T.A. Si specifica che , ai fini del presente Piano di urbanistica Commerciale , le Zone E.R.P. , fanno parte, per l'aspetto urbanistico-commerciale, delle Zone B;

2) Le Zone D1*, che costituiscono una parte della VARIANTE al PRG, la quale fa parte integrante, unitamente alla presente programmazione commerciale, del Piano di Urbanistica Commerciale.

3). Le Zone esterne a quelle di cui ai precedenti punti 1) e 2) , per le sole istanze relative al richiesto esercizio dell'attività commerciale al dettaglio all'interno di locali per i quali, precedentemente all'adozione del Piano di Urbanistica commerciale, fosse stata già ottenuta la relativa concessione edilizia, anche in sanatoria, con destinazione ad uso commerciale.

ARTICOLO 3

L'apertura, il trasferimento di sede , l'ampliamento della superficie di vendita, delle differenti tipologie di esercizi commerciali al dettaglio

1. I casi di apertura , di trasferimento di sede, di ampliamento di superficie, relativamente alle differenti tipologie di esercizi commerciali, fatti salvi, per dette tipologie, il possesso dei requisiti professionali ove richiesti e/o non in precedenza

presentati al Comune o, ugualmente, già documentata al Comune, la mancata sussistenza di cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art.10 della legge 31 maggio 1965, n.575, quanto, infine, naturalmente, il rispetto del regolamento locale di polizia urbana, del regolamento locale di polizia annonaria e igienico sanitaria, del regolamento edilizio, delle norme urbanistiche, ivi incluse quelle relative al rispetto delle misure, ove previste, stabilite per i parcheggi pertinenziali per la clientela di cui alla citata Variante, e di quelle relative alle destinazioni d'uso, sono così distintamente disciplinati:

A) Per gli esercizi di vicinato

Per mezzo dell'utilizzazione dell'istituto della "comunicazione di inizio di attività".

B) Per le medie strutture di vendita

1. Premesso che per il caso dell'ampliamento della superficie di vendita, la disciplina qui di seguito illustrata si applica solo nel caso in cui detto ampliamento supera il 20% della superficie preesistente e che, per soglie inferiori (ma la relativa

applicazione è consentita una sola volta), si segue l'utilizzazione dell'istituto della "comunicazione", per tutti i sopra indicati casi, occorre ottenere, da parte del Comune, il rilascio di apposita autorizzazione amministrativa.

Il rilascio di detta autorizzazione, nei limiti del rispetto dei limiti dimensionali di vendita, aggiuntivi rispetto a quelli esistenti, stabiliti dal successivo Articolo 4, per settore merceologico e per zona, di norma è effettuato prima del rilascio della concessione edilizia corrispondente (ove naturalmente quest'ultima non sia stata rilasciata in data antecedente alla richiesta di autorizzazione). Se, però, l'Ufficio Commercio lo riterrà necessario, potrà convocare una Conferenza di Servizi, cui dovranno partecipare il Responsabile del predetto Ufficio e di quello di Urbanistica, per l'esame congiunto dell'istanza ai fini dell'eventuale rilascio contestuale dei due provvedimenti. La decisione assunta dovrà essere comunicata al richiedente, motivando, in caso di rigetto totale o parziale, le cause ostative che hanno determinato la decisione medesima.

La richiesta di aggiunta di un nuovo settore rispetto a quello di precedente titolarità equivale a richiesta di nuova apertura.

2. Si considerano concorrenti le domande, corredate dalla prescritta documentazione, pervenute al Comune prima della conclusione della fase istruttoria di una domanda, del medesimo settore merceologico, nonché relative ad una medesima zona e, comunque, non oltre il settantesimo giorno dei novanta fissati come termine ultimo per la conclusione del procedimento.

Sono stabiliti i seguenti criteri di priorità e modalità per l'esame delle domande:

a) per il settore alimentare l'autorizzazione è concessa prioritariamente a domande che prevedono la concentrazione o l'accorpamento di preesistenti medie strutture di vendita, ovvero di medie strutture ed esercizi di vicinato, preesistenti ed operanti nel medesimo settore alimentare, e l'assunzione dell'impegno di reimpiego del personale dipendente;

a1) per il settore non alimentare l'autorizzazione è concessa prioritariamente a domande che prevedono la concentrazione o l'accorpamento di preesistenti

medie strutture, ovvero di medie strutture e di esercizi di vicinato, preesistenti ed operanti nel medesimo settore non alimentare.;

- b)** trasferimento di medie strutture già operanti nel territorio comunale, con eventuale ampliamento nei limiti dimensionali di cui all'articolo 2, comma 1, lett.f), della legge regionale n.28/99;
- c)** ampliamento di medie strutture esistenti, oltre il limite del venti per cento della superficie di vendita già autorizzata;
- d)** nuova apertura di media struttura..

In caso di concorrenza di domande, i relativi procedimenti istruttori sono sospesi per un tempo non superiore a quindici giorni, durante il quale il Comune, sulla base della legislazione vigente, individua la domanda prioritaria.

C) per le grandi strutture di vendita

Il procedimento è disciplinato dal combinato disposto della Legge n.28/99 e dai relativi DPRS di esecuzione n.165 dell'11.07.2000 e n.176 del 26.07.2000.

ARTICOLO 4

Superfici di vendita, distinte per settore e per zone urbanistico-commerciali, disponibili per le medie strutture

1. Le superfici di vendita, disponibili per le medie strutture, distinte per settore e per le sole zone urbanistico commerciali al cui interno si possono attivare, sono aggiuntive rispetto a quelle esistenti alla data di adozione del Piano e sono così articolate:

Valori in mq.

ZONE	SETTORE	
	ALIMENTARE	NON ALIMENTARE
A	150	250
B	200	450
Sottozona C2	150	250
D1*	zero	2000

In deroga alle nuove superfici di vendita, previste dal superiore Prospetto o, a seconda dei casi, aggiornate per effetto dell'applicazione delle relative disposizioni di cui al successivo Articolo 5, sono autorizzate, in qualsivoglia delle zone indicate (ove sia contemplata la vendita solo od anche di generi del settore alimentare, la deroga vale anche per la Zona D1*), le richieste di insediamento di mercati coperti che scaturiscano dall'aggregazione di almeno quattro esercizi (tutti di vicinato, tutte medie strutture, di vicinato e medie strutture) già operanti all'interno del territorio comunale. Le superfici di vendita di tali mercati coperti non potranno però essere inferiori a mq.300 (trecento

ARTICOLO 5

Aggiornamento delle superfici disponibili per le medie strutture di vendita

1. Gli ampliamenti delle medie strutture, per una sola volta , fino ad una percentuale del 20% della superficie di vendita già utilizzata, non concorrono a formare la nuova superficie di vendita di cui al precedente Articolo 4.

2. Le superfici di vendita dei mercati coperti, eccedenti la somma di quelle relative alle medie strutture di precedente insediamento che si sono aggregate, impegnano, per la zona di richiesto ed ottenuto insediamento, le superfici, disponibili o meno, relative ai distinti settori merceologici di titolarità.

3. Nei casi di rilascio o rispettivamente di revoca o remissione dell'autorizzazione amministrativa, per l'aggiornamento delle superfici disponibili per le medie strutture di vendita si procede nel seguente, distinto modo:

A) A seguito del rilascio dell'autorizzazione

La superficie al momento disponibile per il settore merceologico e zona di riferimento, sarà impegnata per il corrispondente valore indicato nell'autorizzazione stessa.

B) A seguito della revoca o della remissione dell'autorizzazione

La superficie al momento disponibile per il settore merceologico e zona di riferimento, sarà aumentata per il corrispondente valore indicato nell'autorizzazione revocata o rimessa al Comune.

C) A seguito di aggregazione per la costituzione di mercati coperti

Le superfici di vendita delle medie strutture che si sono aggregate per costituire un mercato coperto non vanno in aumento delle corrispondenti superfici, al momento disponibili o meno, relative ad alcuna zona (di precedente quanto di nuovo insediamento)

**PROGRAMMAZIONE URBANISTICA RIFERITA
AL SETTORE COMMERCIALE: VARIANTE AL PRG**

- Norme tecniche di attuazione -

ARTICOLO UNICO

1) Integrazione Tavole PRG

La Tavola planimetrica del PRG, contenente la delimitazione delle Zone territoriali omogenee, è integrata da quella fornita in allegato al Piano di Urbanistica Commerciale con la quale sono state delimitate le ZONE D1* (specialistiche per l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio.

2) Modifiche ed integrazioni alle Norme Tecniche di Attuazione del PRG

a) All'art.27, 3° comma, dopo l'espressione " commercio al minuto" è inserita l'espressione : " **limitate agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita fino a mq.300**";

b) All'art.29, 1° comma, dopo l'espressione " commercio al minuto" è inserita l'espressione : " **limitate agli esercizi di vicinato ed alle medie strutture di vendita (ma fino a mq.300 se singole) o con la modalità del mercato coperto;**

c) **All'art.30, 1° comma**, l'espressione : “ commerciali di servizio alla residenza “ è sostituita con la seguente: “ **di commercio al dettaglio limitate agli esercizi di vicinato**”;

d) **All'art.31, 3° comma**, l'espressione : “ commerciali di servizio alla residenza “ è sostituita con la seguente: “ **di commercio al dettaglio limitate agli esercizi di vicinato**”;

e) **All'art.32, 1° comma**, l'espressione : “ commerciali di servizio alla residenza” è sostituita con la seguente: “**di commercio al dettaglio limitate agli esercizi di vicinato**”;

f) **All'art. 37, lett.I)**, l'espressione “ commercio al dettaglio” è così integrata : “**svolto da esercizi di vicinato e da medie strutture di vendita anche con la modalità del mercato coperto**”;

g) **All'art.40** è aggiunta la seguente espressione:”**All'interno degli impianti artigianali è consentita, in appositi locali la cui superficie non potrà superare i mq. 300,00, la vendita al dettaglio dei soli beni prodotti all'interno dell'impianto;**

h) E' inserito il seguente articolo:

“ Articolo 41bis:“ Zona D1*: Insedimenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio.

Destinazioni ammesse:

Insedimenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio.

Sono ammessi:

- a)** insediamenti di medie strutture di vendita al dettaglio del settore alimentare (**ma solo se la relativa vendita è attivata all'interno di un mercato coperto**) e non alimentare. Per le dimensioni complessive di vendita della rete dei distinti settori va fatto riferimento a quanto al riguardo previsto dalla programmazione commerciale comunale;
- b)** insediamenti di grandi strutture di vendita al dettaglio solo del settore non alimentare o misto. Per le dimensioni complessive di vendita della rete delle grandi strutture, va fatto riferimento a quanto al riguardo previsto per il bacino di attrazione, del quale, secondo la normativa regionale contenuta all'articolo 7 del DPRS n.165/2000, farà parte il Comune di Monterosso Almo. In ogni caso, è possibile solo il rilascio di concessioni edilizie che, per quanto concerne la superficie di vendita utilizzabile, non potranno presentare un limite superiore a mq.1800 (milleottocento).

Attività di ristorazione e per il tempo libero;

Uffici direzionali;

Alloggio custode;

Cambio di destinazione d'uso:

Per gli edifici esistenti può essere concesso il cambio di destinazione d'uso per attività commerciale anche in assenza di piano esecutivo alla condizione che siano destinati a parcheggio le relative quantità nella misura riportata nel presente Articolo.

Ampliamento delle strutture esistenti

Nel caso di richiesta di ampliamento di entro il 30% della superficie già realizzata, di edificio realizzato alla data di adozione della presente Variante, lo stesso può essere consentito anche in assenza di piano esecutivo alla condizione che siano destinate a parcheggio, per la complessiva misura dell'edificio ampliato, le aree a destinazione a parcheggio per le relative quantità secondo la misura riportata nel presente Articolo.

Vincoli all'edificazione.

L'edificazione è subordinata alla redazione di un piano particolareggiato o ad un piano di lottizzazione esteso per una superficie pari ad almeno 2500 mq., o all'interno del comparto definito nello strumento urbanistico qualora esso risulti di superficie inferiore.

Inoltre, occorre il rispetto dei seguenti indici di fabbricabilità :

- a)** distacchi dai confini del lotto non inferiori a mt.5,00;
- b)** arretramento dagli spazi pubblici o dagli allineamenti stradali non inferiore mt.10,00;
- c)** altezza massima non superiore a mt.8,00 e, comunque, per un numero di piani non superiore a 2;

d) rapporto di copertura non superiore al 40% della superficie fondiaria.

e) l'edificazione in aderenza è consentita se consensuale tra i titolari dei lotti limitrofi.

i. Destinazione ad uso commerciale dei locali

Fatto salvo quanto stabilito al precedente Articolo 41bis per la Zona D1*, la destinazione o il cambio ad uso commerciale dei locali possono essere ottenuti se, gli stessi, ricadono all'interno delle Zone A, B, Sottozona C2, presentano un'altezza non inferiore a mt. 2,70 e saranno state osservate le norme di natura igienico-sanitaria e di accessibilità.

3) Realizzazione impianti per l'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio: Standards per i parcheggi pubblici, verde pubblico e parcheggi pertinenziali per la clientela.

I parcheggi pubblici, il verde pubblico e i parcheggi pertinenziali per la clientela, sono previsti per i soli casi di apertura, trasferimento in altra sede, ampliamento oltre il 20% della superficie di vendita già in precedenza utilizzata, riguardanti le medie e le grandi strutture di vendita al dettaglio.

Per i parcheggi pubblici ed il verde pubblico si applicano le disposizioni contenute nel D.M. 1444/68.

Per i parcheggi pertinenziali per la clientela si applica il combinato disposto delle norme dell'art.16 del DPRS n.165/2000 e dell'art.18, L.765/67, modificato dalla L.122/89.

4. Medie strutture: deroghe agli standards sui parcheggi da applicare alle nuove aperture ed agli ampliamenti oltre il 20% della superficie di vendita precedentemente occupata nelle Zone A e B.

Nelle sole Zone A e B, sulla base dell'art.16 del DPRS n.165/2000, sono previste, nei casi qui di sotto indicati, delle deroghe agli standards sui parcheggi pubblici, verde pubblico e parcheggi pertinenziali per la clientela:

a) per l'apertura di mercati coperti;

b) per l'apertura di medie strutture o, l'ampliamento delle relative superfici di vendita, fino ad ottenere dei locali non superiori a mq.300 (trecento).

Nei superiori casi **a)** e **b)**, il Comune richiederà, in alternativa, la "monetizzazione"

totale o parziale delle dotazioni prescritte in materia di parcheggi pubblici, verde

pubblico e parcheggi pertinenziali.

