

Mulzulli



COMUNE DI DECIMOMANNU

Provincia di Cagliari



CRITERI DI URBANISTICA COMMERCIALE

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

(Art. 8 D.lgs 114/98)



Comune di DECIMOMANNU

PREMESSA

lo sviluppo equilibrato o sostenibile del commercio urbano

CENNI STORICI

Area Programma di Cagliari

Descrizione:

IL COMUNE È LOCALIZZATO A CIRCA 15 KM DA CAGLIARI NELLA FERTILE PIANURA BAGNATA DAL RIO FLUMINEDDU E DAL RIO MANNU DI SA SPERATE.

E' UN COMUNE DI IMPORTANZA RILEVANTE NELL'ECONOMIA AGRICOLA E DEI SERVIZI URBANI.

INQUADRAMENTO SOCIO ECONOMICO TERRITORIALE

Indicatore	Anno	Unità di misura	Comune	Provincia	Regione	Italia	Fonte
Superficie territoriale	1999	Kmq.	28,05	6.895,38	24.089,89	301.338,4	ISTAT

Il Comune è caratterizzato dai seguenti indici DEMOGRAFICI in ordine descritti:

- Popolazione residente
- Densità demografica
- Saldo movimento della popolazione in entrata e in uscita
- Saldo movimento migratorio
- Abitazioni occupate

INDICATORI DEMOGRAFICI

Indicatore	Anno	Unità di misura	Comune	Provincia	Regione	Italia	Fonte
Popolazione residente	1999	n°	6.831	766.066	1.651.888	57.679.895	ISTAT
Famiglie	1999	n°	2.123	271.009	579.399	22.004.024	ISTAT
Abitazioni occupate	1991	n°	1.769	233.291	516.139	19.735.913	ISTAT
Densità demografica	1999	Ab./Km q.	244	111	69	191	ISTAT
Saldo movimento naturale	1999	Per 1000 ab.	5,6	0,1	-0,3	-0,6	ISTAT
Saldo movimento migratorio	1999	Per 1000 ab.	13,2	-1,5	-1,2	1,8	ISTAT

INDICI DI POTERE D'ACQUISTO E CONSUMO

Ai fini della realizzazione del Piano del lavoro è rilevante la conoscenza del potere d'acquisto e dei consumi locali e di altri indici di ricchezza.

L'indice del potere d'acquisto viene misurato sui seguenti parametri:

- abbonati alla televisione
- abbonati al telefono (utenza privata)
- autovetture circolanti
- consumi di energia elettrica
- Imprese Locali
- Addetti

INDICATORI DI POTERE D'ACQUISTO E CONSUMO

Indicatore	Anno	Unità di misura	Comune	Provincia	Regione	Italia	Fonte
Abbonati televisione	1999	n°	1.539	193.859	423.964	15.941.132	RAI
Abbonati telefono "uso privato"	1995	n°	1.653	226.916	498.161	19.276.904	TELECOM
Autovetture circolanti	1998	n°	2.712	360.132	798.452	31.123.111	ACI
Cons. Energ. elettrica usi domestici/uteni	1999	Kwh.	3.137	2.860	2.599	2.203	ENEL-SIST
Imprese totali	1996	n°	257	38.461	85.564	3.521.416	ISTAT
Unità Locali totali	1996	n°	273	41.496	92.338	3.794.212	ISTAT
Addetti totali	1996	n°	587	128.789	262.515	13.792.968	ISTAT
U.L./abitanti	1996	%	4,1	5,4	5,6	6,6	ISTAT
Addetti/abitanti	1996	%	8,8	16,7	15,8	24	ISTAT
Addetti/U.L. totali	1996	%	2,2	3,1	2,8	3,6	ISTAT
U.L. ind./U.L. tot.	1996	%	22,7	22,8	24,8	28,2	ISTAT
Addetti ind./addetti tot.	1996	%	32,2	36,4	36,2	46,4	ISTAT

IL COMMERCIO

Pur con una popolazione di poco più di 6.800 abitanti, il comparto del settore commerciale ha un rapporto abitanti/esercizi commerciali più rilevante rispetto al quadro provinciale, regionale e nazionale

Indicatore	Anno	Unità di misura	Comune	Provincia	Regione	Italia	Fonte
Abitanti/autorizz. comm. fisso minuto	1995	n°	85	62	55	57	ISTAT

INDICE DI BENESSERE

Al fine di determinare la capacità di reddito e consumo del Comune è stato raccolto un insieme di indici significativi della capacità di reddito.

La tavola degli indici del benessere della ricchezza territoriale determinata analiticamente pro-capite prende in esame i seguenti parametri:

a) rapporto popolazione/abitazioni

esprime la dotazione territoriale di abitazioni

b) rapporto abbonati alla televisione

esprime il grado di indipendenza del nucleo familiare

c) rapporto abbonati al telefono

esprime a livello di territorio misurato sull'individuo il tasso di occupazione territoriale

d) rapporto autovetture circolanti

esprime il possesso di autovetture per 100 abitanti

e) rapporto unità locali totali

esprime la dotazione territoriale di unità locali

f) rapporto addetti

esprime la dotazione territoriale di addetti

Dalla sommatoria di tali indici e loro confronto con i dati regionali viene misurato il tasso di scostamento dei consumi dal livello regionale evidenziato nel tasso di **- 24,09 %**.

Nella constatazione dell'esiguità della differenza vengono adottati come parametri di fatturato lordo i parametri regionali dei consumi.

INDICE DI BENESSERE	COMUNE DI DECIMOMANNU 6.831	SARDEGNA 1.651.888
1. rapporto popolazione/abitazioni esprime la dotazione territoriale di abitazioni	1.769 0,26	516.139 0,31
2. rapporto abbonati alla televisione esprime il grado di indipendenza del nucleo familiare	1.539 0,22	423.964 0,25
3. rapporto abbonati al telefono esprime a livello di territorio misurato sull'individuo il tasso di occupazione territoriale	1.653 0,24	498.161 0,30
4. rapporto autovetture circolanti esprime il possesso di autovetture per 100 abitanti	2.712 0,40	798.452 0,48
5. rapporto unità locali totali esprime la dotazione territoriale di unità locali	273 0,039	92.338 0,055
6. rapporto addetti esprime la dotazione territoriale di addetti	587 0,086	262.515 0,15
TOTALE INDICI		
SCARTO - 24,09%	1,245	1,545

IL COMMERCIO

SISTEMA DISTRIBUTIVO LOCALE

Il settore distributivo locale viene classificato in conformità delle disposizioni dell'art. 4 del Dlgs 114/98, in :

- a) settore merceologico alimentare
- b) settore merceologico non alimentare

Nella distribuzione commerciale possono essere individuati i seguenti sottosectori individuati nelle classificazioni ISTAT:

SETTORE ALIMENTARE

a) Settore alimentare

b) Settore delle carni e dei prodotti ittici

c) Settore ortofrutta

d) Settore della pasticceria

SETTORE NON ALIMENTARE

e) Settore dell'abbigliamento

f) Settore dei prodotti tessili

g) Settore della casa

h) Settore librario

l) Settore dei preziosi

m) Prodotti per la persona;

n) Prodotti per la casa

o) Prodotti per lo sport e il tempo libero

p) Prodotti culturali d'arte e da collezione

q) Prodotti per l'edilizia

r) Prodotti di meccanica strumentale, macchinari ed attrezzature

s) Prodotti Vari.

ARTICOLAZIONE DEI SETTORI MERCEOLOGICI

A titolo ulteriormente esemplificativo i settori merceologici contengono un insieme di voci merceologiche quanto mai vario:

Settore alimentare

prodotti alimentari pane, latte e derivati, bevande, alcoliche

Settore delle carni e dei prodotti ittici

carni e frattaglie di tutte le specie animali

prodotti ittici o carni delle specie ittiche

Settore ortofrutta

prodotti ortofruttili freschi, conservati e comunque preparati; oli e grassi alimentari di origine vegetale; uova

Settore della pasticceria

dolciumi pasticceria e gelateria.

Settore dell'abbigliamento

articoli di vestiario maglieria caniceria accessori di abbigliamento, biancheria intima calzature, articoli in pelle e cuoio

Settore dei prodotti tessili

prodotti tessili compresi quelli per l'arredamento della casa.

Settore della casa**Settore librario**

Libri, altre pubblicazioni realizzate, audiovisivi.

Settore dei preziosi

oggetti preziosi.

PRODOTTI PER EDILIZIA

materiali da costr. ed edil.

pavimenti e rivestimenti marmi prefabbricati stufe e camini

porte e infissi

legnami articoli ferramenta colori e vernici carta da parati articoli idro termo sanit. accessori da bagno articoli vetreria sicur. persona e cose piscine

PROD. PER LA PERSONA

articoli viaggio

accessori per calzature accessori abbigliamento biancheria intima articoli merceria

articoli puericultura

articoli per bambini e inf. articoli bigiotteria articoli prof. e ig. person. articoli di pellicceria articoli igienico sanit. art. per fumatori

PROD. CULT. D'ARTE.

art. e strumenti musicali articoli per belle arti opere pittura scult. cose antiche e antiq. art. numismatica e filatelia minerali e fossili da collez. articoli religiosi articoli ricordo

PROD. PER LA CASA**Mobili**

articoli casalinghi-

elettrodomestici - HiFi--materiale elettrico

art. arreda e orn. casa

articoli in bambou ecc.

articoli ig. e pulizia

ordami, mat.conf. e imb.

tapezz.

art. plastica e gomma

utensileria

PROD. MECCANICA STRUM.

auto, moto, ecc.

macchine ecc. x agricolt.

macchine ecc. x commercio.

macchine ecc. x artigianato

macchine ecc. x industria

prodotti agricoli

Orologeria

articoli per telecomunicaz.

attrezz. e art. tec. x ufficio

macchine da cucire

PROD. SPORT/TEMPO LIB.

articoli sportivi

articoli da mare e spiaggia

articoli nautica

roulottes

art. campeggio

giocattoli e modellismo

art. hobbist. e bricolage

art. intratt. e svago

articoli per premiazioni

timbri e targhe

coltelleria	bilance e misuratori fiscali
fiori e piante	
articoli per il giardino	
articoli per cerimonia	
articoli cancelleria e cart.	

PRODOTTI VARI

Prodotti Erboristeria
 articoli funebri
 Animali vivi e Art. allevam.
 articoli ottica oftalmica
 articoli cinefoto
 articoli di elettronica
 componenti ed elab.elett.
 Altri Prodotti

ASSETTO DEL SISTEMA DISTRIBUTIVO

Per una valutazione delle scelte programmatiche oggetto del presente piano si ritiene indispensabile richiamare alcuni dati sull'attuale situazione del settore commerciale del territorio comunale, con riferimento al dimensionamento degli esercizi che interesserà la programmazione in esame ed alla suddivisione per settori merceologici.

Indicatore	Anno	Unità di misura	Comune	Provincia	Regione	Italia	Fonte
Abitanti/aut orizz.comm. fisso minuto	1995	n°	85	62	55	57	ISTAT

ELENCO ATTIVITA' COMMERCIALI SUDDIVISE PER MQ. E TIPOLOGIA

ATTIVITA' COMMERCIALI FINO A 150 MQ.

NOMINATIVO	SETTORE	MQ
1. Atzeni Ignazio	alimentare	35
2. Bratzu Domenico	alimentare	25
3. C.G.E di Mallus Cinzia	alimentare	34
4. Centro distribuzione ittico Sardegna	alimentare	73
5. Fonte del risparmio e di Argiolas A. e Melis	alimentare	114
6. Guidotti Attilio	alimentare	28
7. La Gaetana Mario	alimentare	118
8. Loi Salvatore	alimentare	30
9. Manconi Mario	alimentare	70
10. Manconi Mario	alimentare	19
11. Marotto Vincenzo	alimentare	20
12. Melis Alessandra	alimentare	50
13. Melis Marco	alimentare	77
14. Melis Giorgio	alimentare	40

15. Murtas Massimo	alimentare	70
16. Pescherie Marras	alimentare	65
17. Pisano Gastone	alimentare	17
18. Spiga Carmela	alimentare	57
19. S.R.D. di Vincis Stefania & c.	alimentare	47
20. Suella Mario	alimentare	28
TOTALE SUPERFICIE ALIMENTARE DA 0 A 150 MQ.		1.017

NOMINATIVO	SETTORE	MQ
1. Agriforniture di Mallus	non alimentare	100
2. Andria Adriana Vincenza	non alimentare	100
3. Argiolas Vincenzo	non alimentare	50
4. Arisci Melissa	non alimentare	35
5. Aru Assunta	non alimentare	100
6. Brundo Valentina	non alimentare	68
7. Cadau Tiziana	non alimentare	85
8. Cadoni Rosanna	non alimentare	76
9. Sorelle Camerota	non alimentare	38
10. Cao Rinaldo	non alimentare	33
11. Casula Michela	non alimentare	79
12. Collu Silvio	non alimentare	124
13. Congiu Sergio	non alimentare	82
14. F.lli Cusimano	non alimentare	20
15. Deidda Giovanni	non alimentare	40
16. Exploit di Melone Nicolina s.n.c.	non alimentare	43
17. Forresu Lidia	non alimentare	130
18. Giglio Fortunato	non alimentare	64
19. Giua Rita Anna	non alimentare	68
20. Il centro grafico	non alimentare	104
21. Lai Erminia	non alimentare	28
22. Littera Giulietta	non alimentare	25
23. Manca Antonio	non alimentare	50
24. Manca Dario Igli	non alimentare	86
25. Mantiglia Sandra	non alimentare	50
26. Melis Alessandro	non alimentare	48
27. Mereu Anna	non alimentare	63
28. Mingoia Roberto	non alimentare	69
29. Mondo Blu s.r.l.	non alimentare	150
30. Mondo Blu s.r.l.	non alimentare	150
31. Mondo Blu s.r.l.	non alimentare	150
32. Mondo Blu s.r.l.	non alimentare	150
33. Mondo Blu s.r.l.	non alimentare	150
34. Mondo Blu s.r.l.	non alimentare	150
35. Orrù Mario	non alimentare	68
36. Palmas Anna Maria	non alimentare	92
37. Passerò Pietrino	non alimentare	128
38. Perniciano Stefania	non alimentare	35
39. Perra Maria Regina	non alimentare	120
40. Pili Roberta	non alimentare	44
41. Pilloni Giuliana	non alimentare	35
42. Piras Antonio	non alimentare	150
43. Pirroni Diego Materiali edili	non alimentare	103
44. Pisanu di Pisanu Antonella e Enrico	non alimentare	29
45. Pittau Caterina	non alimentare	25
46. Sanna Gian Paolo	non alimentare	48
47. Sirigu Massimo	non alimentare	108
48. SO.L.KE.B. dei F.lli Meloni	non alimentare	34
49. Spano Fabio	non alimentare	37
50. Sulcis C.O.F. s.r.l.	non alimentare	39
51. Vincis Oscar	non alimentare	85
TOTALE SUPERFICIE NON ALIMENTARE DA 0 A 150 MQ.		3.938

ATTIVITA' COMMERCIALI DA 150 FINO A 250 MQ.

NOMINATIVO	SETTORE	MQ
1. Gramai Maria Rita	alimentare	153
TOTALE SUPERFICIE ALIMENTARE DA 150 A 250 MQ.		153

NOMINATIVO	SETTORE	MQ
1. Piras Ceramiche s.n.c.	non alimentare	170
TOTALE SUPERFICIE NON ALIMENTARE DA 150 A 250 MQ.		170

ATTIVITA' COMMERCIALI OLTRE 250 MQ. E FINO A 1.500

NOMINATIVO	SETTORE	MQ
1. Supermed s.r.l.	alimentare	366
2. Servizi Commerciali di Gagliano Massimo	alimentare	280
3. Eurogrande s.r.l.	alimentare	618
TOTALE SUPER. ALIMENTARE OLTRE 250 MQ. E FINO A 1.500		1.264

ATTIVITA' COMMERCIALI OLTRE 250 MQ. E FINO A 1.500

NOMINATIVO	SETTORE	MQ
4. Toncelli Arredamenti	non alimentare	390
TOTALE SUPER. NON ALIM. OLTRE 250 MQ. E FINO A 1.500		390

RIEPILOGO SUPERFICI

TOTALE SUPERFICIE ALIMENTARE DA 0 A 150 MQ.	1.017
TOTALE SUPERFICIE NON ALIMENTARE DA 0 A 150 MQ.	3.938
TOTALE SUPERFICIE ALIMENTARE DA 150 A 250 MQ.	153
TOTALE SUPERFICIE NON ALIMENTARE DA 150 A 250 MQ.	170
TOTALE SUPER. ALIMENTARE OLTRE 250 MQ. E FINO A 1.500	1.264
TOTALE SUPER. NON ALIM. OLTRE 250 MQ. E FINO A 1.500	390
TOTALE GENERALE	6.932

STATO DELL'ECONOMIA DELLA DISTRIBUZIONE E VINCOLI ESTERNI ALL'ESPANSIONE DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE

Il concetto di liberalizzazione delle attività del commercio costituisce il punto cardine per lo sviluppo del commercio stabilito dalla riforma BERSANI.

In tal senso lo sviluppo di ciascun settore commerciale ha la possibilità di espandersi nel concetto di una concorrenza costituita da funzioni di innovazioni e competitività. L'azione dinamica tuttavia non può superare limiti di soglia al fine di evitare che altre forme distributive vengano limitate nella loro efficacia, i consumatori ne vengano privati, e le politiche del lavoro urbano abbiano a risentirne.

<u>TAVOLA SUI LIVELLI DI PRESENZA COMMERCIALE NEL TERRITORIO</u>	% PRESENZA alimentare	%PRESENZA non alimentare
<u>ESERCIZI DI VICINATO</u> Favorire una presenza distribuita in tutte le zone del comune come previsto nel decreto "Bersani"	44	30
<u>MEDIE SUPERFICI DI VENDITA MSV</u> Favorire una presenza di imprese collegato a rapporti tra popolazione e superficie di vendita a carattere innovativo	20	27
<u>GRANDI SUPERFICI DI VENDITA GSV</u> legate alle previsioni di legge solo nel settore non alimentare in zona "g" integrate con funzioni di artigianato, commercio servizi urbani	15	17
<u>ESERCIZI PUBBLICI</u> L.287/91 Somministrazione di alimenti e bevande (settore asporto)	2	0
<u>commercio su aree pubbliche e commercio attraverso la produzione diretta</u> Commercio su aree pubbliche (art. 27 Dlgs 114/98) Completare la rete dei mercati	9	15
<u>COMMERCIO ATTRAVERSO LE AZIENDE ARTIGIANE</u> Complesso della rete commerciale urbana delle piccole produzioni alimentari e non	7	9
LA VENDITA PER MEZZO DI APPARECCHI AUTOMATICI; LA VENDITA PER CORRISPONDENZA O TRAMITE TELEVISIONE O ALTRI SISTEMI DI COMUNICAZIONE; LA VENDITA PRESSO IL DOMICILIO DEI CONSUMATORI;	1	1
L'AUTOCONSUMO	2	1
INSIEME DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE	100	100
Valutazione su dati ISTAT e campione		

Negli indirizzi di urbanistica commerciale viene individuata e analizzata la struttura della distribuzione commerciale orientata verso la determinazione dello sviluppo equilibrato o sostenibile.

I dati riportati nelle tabelle in allegato evidenziano le seguenti caratteristiche:

a) la rete distributiva del Comune di DECIMOMANNU, è caratterizzata da una buona diffusione di esercizi di vicinato e limitata nelle medie strutture di vendita, da una minore ed in alcuni casi insufficiente presenza di entrambe le tipologie di esercizi nelle zone periferiche.

E' altrettanto evidente è inoltre la scarsa diffusione nelle zone periferiche, di esercizi del settore non alimentare.

**DIRETTRICI DI SVILUPPO COMPATIBILE CON LE POLITICHE DEL LAVORO, DEL
CONSUMO FINALE, DELL'EQUILIBRIO COMMERCIALE**

I CRITERI DI SVILUPPO EQUILIBRATO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Con il presente provvedimento il Comune deve determinare i "criteri di rilascio delle autorizzazioni commerciali per le medie strutture di vendita" con superficie da mq 151 a mq 1.500.

Per non trascrivere in norma comunale i criteri e gli indirizzi dati dalla regione si ritiene più opportuno attribuire in toto valore normativa agli indirizzi regionali medesimi, come si può riscontrare nella "norma finale" del provvedimento in approvazione.

I principi generali di sviluppo del commercio sono indicati ai Comuni dalla Regione dal DPCM/2000 sono i seguenti:

**INDIRIZZI GENERALI PER L'INSEDIAMENTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI
ART. 3-5 DPCM/2000**

1. In materia di insediamento delle attività commerciali nel rispetto dei principi sanciti dal decreto n. 114 del 1998, e al fine del conseguimento degli obiettivi di cui all'art. 1, comma 1, del medesimo decreto, i comuni si attengono agli indirizzi generali di seguito elencati nel rispetto dell'equilibrio dell'ambiente urbano della vivibilità

Inoltre la crescita del sistema distributivo locale tiene conto di limiti di espansione al fine di tutelare altre componenti di equilibrio urbano per uno sviluppo sostenibile

- ⇒ **POLITICHE DELLA CONCORRENZA ESTERNA**
- ⇒ **POLITICHE DEI CONSUMATORI FINALI**
- ⇒ **POLITICHE DEL LAVORO**

	POLITICHE DELLA CONCORRENZA	POLITICHE DEI CONS. FIN.	POLITICHE DEL LAVORO
a) rendere compatibili con il territorio gli insediamenti commerciali e valorizzare la funzione commerciale anche al fine di riqualificare e rivitalizzare il tessuto urbano economico, sociale e culturale;	X	X	X
b) favorire un'articolazione della rete distributiva al dettaglio atta a garantire la diversificazione delle tipologie di esercizi e delle forme imprenditoriali, nonché la congruità ed adeguatezza qualitativa e quantitativa in rapporto alla rete infrastrutturale;	X	X	X
c) favorire lo sviluppo e l'innovazione della rete distributiva, promuovendo la crescita dell'imprenditoria e dell'occupazione, nonché la qualità del lavoro e la formazione degli operatori e dei dipendenti;		X	

d) salvaguardare e riqualificare i centri storici e le aree di valore storico, artistico e paesaggistico, favorendo la presenza di insediamenti adeguati al fine di valorizzare la funzione commerciale finalizzata alla qualità sociale della città e del territorio;	X	X	X
e) garantire al consumatore una presenza equilibrata delle diverse strutture distributive anche al fine del corretto equilibrio tra attività di diverse dimensioni e dell'incremento della concorrenza;	X	X	X
f) favorire l'insediamento commerciale correlato a programmi di assetto del territorio in termini di viabilità, parcheggi e accessibilità;	X	X	X
g) favorire l'insediamento di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che valorizzino la qualità dei centri urbani e del territorio, la riqualificazione di aree urbane, la vivibilità e la sicurezza	X	X	X
h) coordinare l'attività edilizia volta alla valorizzazione dei suoli e al recupero delle aree dismesse con le esigenze di equilibrato dimensionamento delle forme distributive;	XX	X	X
i) promuovere una programmazione per la semplificazione del procedimento amministrativo e per un sistema decisionale coordinato e condiviso	X		X

ANALISI DI COMPETITIVITA' TERRITORIALE

Al fine di analizzare i punti di forza e di debolezza del territorio, si è proceduto ad una analisi SWOT, ove SWOT sta per Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats, cioè punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce.

I punti di forza sono i maggiori elementi che giocano a favore dello sviluppo dell'area.

I punti di debolezza sono gli elementi che invece ostacolano e che bisognerà cercare di superare.

Le opportunità sono i possibili vantaggi futuri che occorre essere pronti a sfruttare a proprio favore, allocando in modo flessibile le risorse così da poter ottimizzare la prestazione nel periodo di riferimento.

I rischi sono quegli eventi o mutamenti futuri che potrebbero avere un grosso impatto sui risultati della strategia; occorre tenerne conto cercando di minimizzarli e se non è possibile, adeguarvi la strategia.

La direttrice di applicazione è orientata nel definire una strategia di sviluppo.

I punti di forza sono le aree d'eccellenza, i punti di debolezza sono le aree ad alto margine di miglioramento.

L'analisi SWOT aiuta a stabilire quali sono le priorità, di cui tenere conto nella definizione dei possibili obiettivi.

Tale strumento viene sempre più applicato (e richiesto da numerose controparti istituzionali) per la redazione di progetti e strumenti di pianificazione.

Le pagine seguenti, in grande sintesi, riportano l'Analisi SWOT, con i riferimenti alle singole schede programmatiche.

	Punti di forza	Punti di debolezza	Minacce
struttura economica	1. centralità del comune popolazione in crescita	1. Terziario da adeguare a livello di economia locale	Riduzione della centralità territoriale
popolazione	2. elevato traffico commerciale	1. Strumento urbanistico Con polverizzazione di aree b e c	Aumento di gravitazione di consumi verso aree esterne
occupazione	3. Assenza di problemi sociali rilevanti.	2 insufficiente dimensionamento di gravitazione della domanda per l'insediamento di MSV nel settore alimentare e non alimentare	possibile presenza di fenomeni di disoccupazione
commercio	4. Presenza di produttori con punti vendita locali	assi viari rilevanti nelle aree consolidate	Possibilità di decremento della popolazione
turismo		parcheggi non adeguati	Possibilità di pendolarismo e occupazione nelle aree esterne
		insufficiente integrazione tra artigianato locale e distribuzione commerciale	Dinamiche di globalizzazione dei mercati della distribuzione commerciale
		insufficiente integrazione tra produzione diretta e distribuzione commerciale	
		tecniche di esposizione non adeguate	
		eccessiva frammentazione della commercializzazione dei prodotti agro alimentari	
		- prodotti tipici limitati	
		insufficiente dotazione di politiche urbane sul turismo culturale ed eno gastronomico	

OBIETTIVI DI SVILUPPO COMMERCIALE URBANO

1. Gli obiettivi di sviluppo hanno un riferimento ai livelli di soglia di stabilità del sistema economico urbano e collegato al rispetto di uno sviluppo equilibrato e sostenibile dell'area territoriale di DECIMOMANNU
2. recepimento delle direttrici di urbanistica commerciale regionale
3. localizzazione di MSV in aree urbane B, C, con idonea dotazione di parcheggio, aree di movimento e sosta
4. adeguamento della dotazione di stalli di parcheggi proporzionato all'insediamento di MSV
5. individuazione al solo fine della dotazione di standard di parcheggio di MSV con caratteristiche:
MSV, ovvero medie strutture commerciali inferiori (MSVI) con superficie di vendita tra 151 e 400 mq. del settore alimentare e non alimentare
6. concertazione con le associazioni di categoria per l'attivazione di corsi professionali e qualificati promozione dell'integrazione tra artigianato locale e distribuzione commerciale
7. promozione dell'integrazione tra produzione diretta e distribuzione commerciale e valorizzazione dei prodotti tipici limitati
8. promozione di azioni per la concentrazione e ampliamento delle superfici di vendita
9. modernizzazione del sistema distributivo:
10. garanzia di concorrenzialità del sistema distributivo,
11. salvaguardia dell'ambiente e della viabilità dei centri urbani;
12. mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità
13. equilibrio delle diverse forme distributive;
14. tutela delle piccole e medie imprese commerciali
15. identificazione di strumenti di politica del territorio quali la sicurezza, il flusso veicolare, i trasporti pubblici
16. incoraggiare il dibattito tra le diverse collettività riguardo le differenti strategie d'azione.
17. incoraggiare le azioni di promozione turistica il miglioramento del tessuto commerciale, il coordinamento delle funzioni distributive, degli orari
18. favorire, con il sostegno delle differenti associazioni, la valorizzazione e/o riconversione delle aree commerciali tradizionali in centri commerciali aperti, nel quadro della realizzazione di progetti integrati.
19. definire delle misure che incoraggino l'operatore economico a migliorare la qualità e la presentazione del servizio, essendo il consumatore la sua prima priorità.
incentivare la partecipazione più incisiva delle camere di commercio e delle associazioni di commercianti ai fenomeni di rinnovo urbano di cui le medesime dovrebbero essere le promotrici.
20. Migliorare lo spazio fisico nei locali commerciali in modo da creare, anche attraverso nuove tecniche di marketing, un richiamo ulteriore per il consumatore.
21. le condizioni di sicurezza:
22. la pulizia e l'igiene;
23. la manutenzione delle aree pedonali e dei parcheggi;
24. l'organizzazione di avvenimenti pubblici, feste, manifestazioni etc.;
25. nuove funzioni delle diverse aree urbane.

i. ETC.

AZIONI PROGRAMMATE

MODELLO DI RETE

per garantire la presenza delle diverse forme commerciali nel rispetto delle funzioni della concorrenza.

garantire il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese (art. 1 lett.d) Dlgs 114)

e perseguimento dell'equilibrio del sistema tra EV e MSV per evitare un declassamento delle funzioni di servizio territoriale delle superfici degli esercizi di vicinato per eccesso di concorrenza in violazione dell'art. 1 del Dlgs 114/98

a) LIBERTÀ DI INIZIATIVA ECONOMICA PRIVATA ALL'ART. 2 DLGS 114/98.

L'attività commerciale si fonda sul principio della libertà di iniziativa economica privata ai sensi dell'articolo 41 della Costituzione ed è esercitata nel rispetto dei principi contenuti nella **Legge 10 Ottobre 1990, n. 287, recante norme per la tutela della concorrenza e del mercato.**

In tal senso i criteri di sviluppo sostenibile collegati ai criteri di urbanistica commerciale mentre favoriscono i principi di concorrenza tra le diverse tipologie, dispongono un limite alla crescita delle MSV nel coefficiente POPOLAZIONE / SUPERFICIE TOTALE AL FINE con l'obiettivo di realizzare un equilibrio ed evitare posizioni di prevalenza che limitino la capacità di presenza del commercio su aree pubbliche art. 27/Dlgs 114/98, e di EV .

b) CRESCITA E STABILITÀ DEI LIVELLI OCCUPATIVI

ed Evitare ripercussioni derivanti dalla crescita eccessiva di MSV a danno delle altre tipologie commerciali.

La situazione occupativa presenta indici più elevati rispetto al quadro provinciale e regionale.

INDICATORI DI POTERE D'ACQUISTO E CONSUMO

Indicatore	Anno	Unità di misura	Comune	Provincia	Regione	Italia	Fonte
Imprese totali	1996	n°	257	38.461	85.564	3.521.416	ISTAT
Unità Locali totali	1996	n°	273	41.496	92.338	3.794.212	ISTAT
Addetti totali	1996	n°	587	128.789	262.515	13.792.968	ISTAT
U.L./abitanti	1996	%	4,1	5,4	5,6	6,6	ISTAT
Addetti/abitanti	1996	%	8,8	16,7	15,8	24	ISTAT
Addetti/U.L. totali	1996	%	2,2	3,1	2,8	3,6	ISTAT
U.L. ind./U.L. tot.	1996	%	22,7	22,8	24,8	28,2	ISTAT
Addetti ind./addetti tot.	1996	%	32,2	36,4	36,2	46,4	ISTAT

OBIETTIVI DI SVILUPPO COMMERCIALE URBANO

1. Gli obiettivi di sviluppo hanno un riferimento ai livelli di soglia di stabilità del sistema economico urbano e collegato al rispetto di uno sviluppo equilibrato e sostenibile dell'area territoriale di DECIMOMANNU
 2. recepimento delle direttrici di urbanistica commerciale regionale
 3. localizzazione di MSV in aree urbane B, C, con idonea dotazione di parcheggio, aree di movimento e sosta
 4. adeguamento della dotazione di stalli di parcheggi proporzionato all'insediamento di MSV
 5. individuazione al solo fine della dotazione di standard di parcheggio di MSV con caratteristiche:
MSV , ovvero medie strutture commerciali inferiori (MSVI) con superficie di vendita tra 151 e 400 mq. del settore alimentare e non alimentare
 6. concertazione con le associazioni di categoria per l'attivazione di corsi professionali e qualificati promozione dell'integrazione tra artigianato locale e distribuzione commerciale
 7. promozione dell'integrazione tra produzione diretta e distribuzione commerciale e valorizzazione dei prodotti tipici limitati
 8. promozione di azioni per la concentrazione e ampliamento delle superfici di vendita
 9. modernizzazione del sistema distributivo:
 10. garanzia di concorrenzialità del sistema distributivo,
 11. salvaguardia dell'ambiente e della viabilità dei centri urbani;
 12. mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio di prossimità
 13. equilibrio delle diverse forme distributive;
 14. tutela delle piccole e medie imprese commerciali
 15. identificazione di strumenti di politica del territorio quali la sicurezza, il flusso veicolare, i trasporti pubblici
 16. incoraggiare il dibattito tra le diverse collettività riguardo le differenti strategie d'azione.
 17. incoraggiare le azioni di promozione turistica il miglioramento del tessuto commerciale, il coordinamento delle funzioni distributive, degli orari
 18. favorire, con il sostegno delle differenti associazioni, la valorizzazione e/o riconversione delle aree commerciali tradizionali in centri commerciali aperti, nel quadro della realizzazione di progetti integrati.
 19. definire delle misure che incoraggino l'operatore economico a migliorare la qualità e la presentazione del servizio, essendo il consumatore la sua prima priorità.
incentivare la partecipazione più incisiva delle camere di commercio e delle associazioni di commercianti ai fenomeni di rinnovo urbano di cui le medesime dovrebbero essere le promotrici.
 20. Migliorare lo spazio fisico nei locali commerciali in modo da creare, anche attraverso nuove tecniche di marketing, un richiamo ulteriore per il consumatore.
 21. le condizioni di sicurezza:
 22. la pulizia e l'igiene;
 23. la manutenzione delle aree pedonali e dei parcheggi;
 24. l'organizzazione di avvenimenti pubblici, feste, manifestazioni etc.;
 25. nuove funzioni delle diverse aree urbane.
- i. ETC.

MODELLO DI INTEGRAZIONE nella dotazione di superfici alimentari e non alimentari
I criteri DI URBANISTICA COMMERCIALE definiscono un quadro di concertazione tra poteri pubblici operatori del commercio associazioni di categoria al fine di promuovere il rinnovamento e il miglioramento dei centri storici, proiettare questa azione su l'insieme della città invitando tutti i partner a parteciparvi, specialmente quelli del settore commerciale.

L'adozione dei criteri di urbanistica commerciale favorisce la tutela e il rispetto dell'identità del centro antico.

In tal senso introducono dei limiti di accesso alle attività commerciali ritenute non compatibili con la sua storia e identità.

Viene favorita una più opportuna presenza di esercizi di vicinato, anche attraverso il recupero di edifici di pregio, limitando l'insediamento di esercizi commerciali con merceologia non compatibile con il ruolo del centro antico.

Le scelte strutturali di localizzazione delle MSV vengono determinate nell'abaco regionale negli indirizzi di urbanistica commerciale.

c) ACCORPAMENTI E AMPLIAMENTI

Come previsto dall'art. 25 2° c. Dlgs 114/98, combinato con i criteri di urbanistica regionale vengono facilitati gli ampliamenti e gli accorpamenti (vedere regolamento di procedura), con il rispetto degli standard urbanistici (PARCHEGGI, IMPATTO AMBIENTALE, AREE DI SOSTA, IMPATTO TRASPORTISTICO).

L'espansione sostenibile delle medie strutture di vendita, già presenti nell'area urbana, comporta l'incremento complessivo da determinarsi con le procedure stabilite dal regolamento escluso il rilascio di nuove autorizzazioni nel settore alimentare e misto (superficie di vendita superiore a 150 mq) per assenza di caratteristiche di equilibrio e salvaguardia socio economico

ACCESSIBILITÀ PEDONALE, DEI TRASPORTI PUBBLICI E LA COSTRUZIONE DI PARCHEGGI.

Le scelte di urbanistica commerciale sono orientate ad un equilibrio di accesso pedonale prevedendo per gli esercizi commerciali la dotazione di parcheggi, la verifica di impatto ambientale, la verifica di impatto trasportistico per tutte le nuove iniziative di insediamento di esercizi commerciali di media struttura MSV

POLITICHE DISVILUPPO EQUILIBRATO E VINCOLI ESTERNI ALL'ESPANSIONE

L'espansione delle MSV è fondato sul concetto dello sviluppo sostenibile e tiene conto dei seguenti vincoli:

- a) Dimensione del bacino di utenza o gravitazionale strutturato nella popolazione residente e fluttuante.
- b) Stato di benessere generale del territorio e livelli occupativi conseguiti
- c) stato della disponibilità delle superfici per abitante **mq 1,014.**

SUPERFICIE DI EQUILIBRIO PROGRAMMATA

Con riferimento alla presenza di strutture MSV in rapporto alla popolazione, vengono adottati i seguenti criteri dimensionali.

E' opportuno che il territorio del comune di Decimomannu sia dotato di superfici nel settore delle MSV con una crescita **di superficie equilibrata sullo sviluppo sostenibile**

TOTALE SUPERFICIE ALIMENTARE DA 0 A 150 MQ.	1.017
Coefficiente per abitante	0,14
TOTALE SUPERFICIE NON ALIMENTARE DA 0 A 150 MQ.	3.938
Coefficiente per abitante	0,57
TOTALE SUPERFICIE ALIMENTARE DA 150 A 250 MQ.	153
Coefficiente per abitante	0,022
TOTALE SUPERFICIE NON ALIMENTARE DA 150 A 250 MQ.	170
Coefficiente per abitante	0,024
TOTALE SUPER. ALIMENTARE OLTRE 250 MQ. E FINO A 1.500	1.264
Coefficiente per abitante	0,18
TOTALE SUPER. NON ALIM. OLTRE 250 MQ. E FINO A 1.500	390
Coefficiente per abitante	0,057
TOTALE GENERALE	6.932
Coefficiente per abitante	1,014

Superficie programmata sostenibile

Settore alimentare

0,57

Incremento superficie 1.490 settore alimentare e non

Settore non alimentare

0,88

IL TERRITORIO COMUNALE E LE FUNZIONI DI LOCALIZZAZIONE OTTIMALE

Nella predisposizione del piano di commercio vengono indicate le direttrici per la localizzazione ottimale degli aggregati merceologici nelle diverse zone commerciali. **In tal senso vengono indicate linee generali di "gerarchia urbana"** e riguardano i livelli funzionali degli insediamenti commerciali al dettaglio da potenziare o depotenziare per una migliore qualificazione nelle diverse aree urbane ;

ZONA N. 1.	CENTRO STORICO E QUARTIERE ANTICO ZONA A
ZONA N. 2.	AREA RESIDUALE URBANA Zone B- C- GO E SOTTOCLASSIFICAZIONI La zona Go è una zona interessata da un piano di lottizzazione approvato e convenzionato, nella quale, a differenza di quanto stabilito dalla normativa urbanistica regionale, è contemplata la possibilità di definire, in detto ambito, oltre volumetrie per servizi d'interesse generale, anche volumetrie residenziali. Pertanto aifini della zonizzazione dei criteri di urbanistica commerciale è equiparata a zona omogenea "C" del P.U.C.
SUB-ZONA	P.E.E.P. (PIANO di EDILIZIA ECONOMICA POPOLARE)

ZONA N. 1

**CENTRO STORICO
E QUARTIERE ANTICO
QUARTIERE DEGLI AFFARI CBD
(Central Building District)**

Zona urbana A

DESTINAZIONI COMMERCIALI COMPATIBILI CON L'AREA URBANA

Specializzazione merceologica nella funzione di vicinato Settore alimentare

Settore della casa
Settore delle carni e dei prodotti ittici
Settore ortofrutta
Settore della pasticceria
Settore dell'abbigliamento
Settore dei prodotti tessili
Settore della casa
Settore librario
Settore dei preziosi
Prodotti per la persona;
Prodotti per la casa
Prodotti per lo sport e il tempo libero
Prodotti culturali d'arte e da collezione

Con esclusione di attività non compatibili (1):

Nuove aperture

Esercizi di vicinato Si fino a 100 mq alimentare fino a 150 mq misti	Medie strutture di vendita (MSV) Mediante Recupero edifici storici per settore non alimentare	Grandi strutture di vendita (GSV) NO
<u>Esercizi singoli</u>		SI
<u>Centro commerciale</u>		SI
<u>Consorzio di via Centro commerciale di strada</u>		SI

<p>(1) <u>TUTELA ATTIVITA' COMMERCIALI CENTRO STORICO</u> (art. 10 Dlgs 114/98)</p>	<p>Ai fini della tutela e compatibilità delle merceologie, nella area del centro storico e /o antico così definito dal piano particolareggiato del centro storico vengono stabilite limitazioni merceologiche, relativamente all'apertura, al trasferimento ed ampliamento di esercizi di qualsiasi superficie con prevalenza dei seguenti prodotti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. articoli per il giardino, 2. articoli idro - termo - sanitari, 3. articoli da ferramenta, 4. combustibili, 5. gas propano liquefatto in bombole, 6. animali vivi ed articoli per il loro allevamento, 7. biciclette, veicoli, autoveicoli, motoveicoli, caravan, roulotte ricambi e loro accessori, 8. pneumatici, 9. prodotti per l'agricoltura e la zootecnia, 10. articoli ed arredi funebri, 11. articoli per sistemi di sicurezza destinati alla tutela dell'inviolabilità della persona e della proprietà, 12. articoli per sistemi di sicurezza destinati alla protezione delle persone e dei beni dagli incendi a da altra cause d'infortunio, 13. materiali da costruzione ed articoli per l'edilizia, 14. materiali per l'industria e l'artigianato, 15. articoli enologici, 16. legnami,
<p><u>MODELLO DI INTEGRAZIONE</u></p>	<p><u>FAVORIRE I CONSORZI DI VIA E CENTRI COMMERCIALI URBANI DI VIA O DI STRADA</u> Per la realizzazione di assi viari attrezzati costituiti mediante l'associazione degli esercizi di vendita esistenti nella via e nelle immediate adiacenze</p> <p style="text-align: center;"><u>INTEGRAZIONE</u> con attività di commercio aree pubbliche art. 27.28 dlgs 114/98</p> <p>attività di animazione commerciale su aree pubbliche</p> <p><u>MSV</u> possibilità recupero edifici di pregio storico da utilizzare come MSV nel settore non alimentare</p>
<p>ACCORPAMENTI, AMPLIAMENTI</p>	<p>Consentiti secondo disposizioni regionali di urbanistica commerciale regionale per gli esercizi presenti in zona</p>
<p>TRASFERIMENTI</p>	<p>Consentiti secondo disposizioni regionali di urbanistica commerciale Compatibilmente con le disposizioni del piano per gli esercizi presenti in zona</p>
<p>DISPOSIZIONI DI URBANISTICA COMMERCIALE</p>	<p>Rispetto delle disposizioni di urbanistica commerciale regionale</p>

**ZONA N. 2
AREA RESIDUALE URBANA**

DESTINAZIONI COMMERCIALI COMPATIBILI

<u>TIPOLOGIA DI RETE</u>	Esercizi di vicinato	Medie strutture di vendita (MSV)	Grandi strutture di vendita (GSV)
		SI	NO
<u>SETTORE ALIMENTARE</u>	Si fino a 150 mq settore alimentare	MQ 1.490	NO

SETTORE ALIMENTARE	NON	Si fino a 150 mq settore non alimentare	MQ 1.490	NO
<u>MODELLO DI INTEGRAZIONE</u>	<u>FAVORIRE:</u> <u>I CONSORZI DI VIA E CENTRI COMMERCIALI URBANI DI VIA O DI STRADA</u> 1) l'insediamento di centri commerciali o aree attrezzate			
ACCORPAMENTI, AMPLIAMENTI TRASFERIMENTI	Consentiti secondo disposizioni regionali di urbanistica regionale			
COMPATIBILITA' DI ZONA	Rispetto delle disposizioni regionali di urbanistica regionale PER GLI ESERCIZI PRESENTI IN ZONA			

SUB-ZONA N. 2**P.E.E.P.****DESTINAZIONI COMMERCIALI COMPATIBILI**

Specializzazione merceologica nella funzione di esercizi di vicinato in area pubblica
Con dotazione di apposito regolamento per l'utilizzo delle aree di cessione del piano di zona

<u>TIPOLOGIA DI RETE</u>	Esercizi di vicinato	Medie strutture di vendita (MSV)	Grandi strutture di vendita (GSV)
	SI	NO	No
<u>SETTORE ALIMENTARE</u>	fino a 150 mq settore alimentare	NO	No

SETTORE ALIMENTARE	NON	fino a 150 mq settore non alimentare	NO	<u>NO</u>
<u>MODELLO DI INTEGRAZIONE</u>			Non rilevante	
ACCORPAMENTI, AMPLIAMENTI			Non rilevante	
TRASFERIMENTI			Non rilevante	
COMPATIBILITA' DI ZONA			Non rilevante	

DISCIPLINA DI URBANISTICA COMMERCIALE

INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DA DESTINARE AGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI.

LA ZONIZZAZIONE

Per realizzare gli obiettivi di localizzazione urbana i presenti criteri di urbanistica commerciale prevedono il recepimento dei dispositivi dell'abaco regionale delle compatibilità.

AREE URBANE OGGETTO DI PROGRAMMAZIONE

il territorio comunale viene suddiviso in 2 zone commerciali e una sub-zona di gravitazione commerciale comprendenti le diverse aree urbane:

IL TERRITORIO COMUNALE E LE FUNZIONI DI LOCALIZZAZIONE OTTIMALE

Nella predisposizione del piano di commercio vengono indicate le direttrici per la localizzazione ottimale degli aggregati merceologici nelle diverse zone commerciali.

In tal senso vengono indicate linee generali di "gerarchia urbana" e riguardano i livelli funzionali degli insediamenti commerciali al dettaglio da potenziare o depotenziare per una migliore qualificazione nelle diverse aree urbane ;

ZONA N. 1.	CENTRO STORICO E QUARTIERE ANTICO ZONA URBANA A
ZONA N. 2.	AREA RESIDUALE URBANA Zone B- C- GO E SOTTOCLASSIFICAZIONI La zona Go è una zona interessata da un piano di lottizzazione approvato e convenzionato, nella quale, a differenza di quanto stabilito dalla normativa urbanistica regionale, è contemplata la possibilità di definire, in detto ambito, oltre volumetrie per servizi d'interesse generale, anche volumetrie residenziali. Pertanto ai fini della zonizzazione dei criteri di urbanistica commerciale è equiparata a zona omogenea "C" del P.U.C.
SUB-ZONA	P.E.E.P. (PIANO di EDILIZIA ECONOMICA POPOLARE)

ZONA N. 1

**CENTRO STORICO
E QUARTIERE ANTICO
QUARTIERE DEGLI AFFARI CBD
(Central Building District)**

Zona urbana A

DESTINAZIONI COMMERCIALI COMPATIBILI CON L'AREA URBANA

Specializzazione merceologica nella funzione di vicinato Settore alimentare

Settore della casa
Settore delle carni e dei prodotti ittici
Settore ortofrutta
Settore della pasticceria
Settore dell'abbigliamento
Settore dei prodotti tessili
Settore della casa
Settore librario
Settore dei preziosi
Prodotti per la persona;
Prodotti per la casa
Prodotti per lo sport e il tempo libero
Prodotti culturali d'arte e da collezione

Con esclusione di attività non compatibili **(1)**:

Nuove aperture

Esercizi di vicinato Si fino a 100 mq alimentare fino a 150 mq misti	Medie strutture di vendita (MSV) Mediante Recupero edifici storici per settore non alimentare	Grandi strutture di vendita (GSV) NO
<u>Esercizi singoli</u>	SI	
<u>Centro commerciale</u>	SI	
<u>Consorzio di via Centro commerciale di strada</u>	SI	

<p>(1) <u>TUTELA ATTIVITA' COMMERCIALI CENTRO STORICO</u> (art. 10 Dlgs 114/98)</p>	<p>Ai fini della tutela e compatibilità delle merceologie, nella area del centro storico e /o antico così definito dal piano particolareggiato del centro storico vengono stabilite limitazioni merceologiche, relativamente all'apertura, al trasferimento ed ampliamento di esercizi di qualsiasi superficie con prevalenza dei seguenti prodotti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. articoli per il giardino, 2. articoli idro - termo - sanitari, 3. articoli da ferramenta, 4. combustibili, 5. gas propano liquefatto in bombole, 6. animali vivi ed articoli per il loro allevamento, 7. biciclette, veicoli, autoveicoli, motoveicoli, caravan, roulotte ricambi e loro accessori, 8. pneumatici, 9. prodotti per l'agricoltura e la zootecnia, 10. articoli ed arredi funebri, 11. articoli per sistemi di sicurezza destinati alla tutela dell'inviolabilità della persona e della proprietà, 12. articoli per sistemi di sicurezza destinati alla protezione delle persone e dei beni dagli incendi a da altra cause d'infortunio, 13. materiali da costruzione ed articoli per l'edilizia, 14. materiali per l'industria e l'artigianato, 15. articoli enologici, 16. legnami,
<p><u>MODELLO DI INTEGRAZIONE</u></p>	<p><u>FAVORIRE I CONSORZI DI VIA E CENTRI COMMERCIALI URBANI DI VIA O DI STRADA</u> Per la realizzazione di assi viari attrezzati costituiti mediante l'associazione degli esercizi di vendita esistenti nella via e nelle immediate adiacenze</p> <p style="text-align: center;"><u>INTEGRAZIONE</u></p> <p style="text-align: center;"><u>con attività di commercio aree pubbliche art. 27.28 dlgs 114/98</u></p> <p>attività di animazione commerciale su aree pubbliche</p> <p><u>MSV</u> possibilità recupero edifici di pregio storico da utilizzare come MSV nel settore non alimentare</p>

ACCORPAMENTI, AMPLIAMENTI	Consentiti secondo disposizioni regionali di urbanistica commerciale regionale per gli esercizi presenti in zona
TRASFERIMENTI	Consentiti secondo disposizioni regionali di urbanistica commerciale Compatibilmente con le disposizioni del piano per gli esercizi presenti in zona
DISPOSIZIONI DI URBANISTICA COMMERCIALE	Rispetto delle disposizioni di urbanistica commerciale regionale

ZONA N. 2
AREA RESIDUALE URBANA

DESTINAZIONI COMMERCIALI COMPATIBILI

<u>TIPOLOGIA DI RETE</u>	Esercizi di vicinato	Medie strutture di vendita (MSV)	Grandi strutture di vendita (GSV)
		SI	NO
<u>SETTORE ALIMENTARE</u>	Si fino a 150 mq settore alimentare	MQ 1.490	NO

SETTORE ALIMENTARE NON	Si fino a 150 mq settore non alimentare	MQ 1.490	NO
-------------------------------	--	----------	----

<u>MODELLO DI INTEGRAZIONE</u>	FAVORIRE: I CONSORZI DI VIA E CENTRI COMMERCIALI URBANI DI VIA O DI STRADA 1) l'insediamento di centri commerciali o aree attrezzate
ACCORPAMENTI, AMPLIAMENTI	Consentiti secondo disposizioni regionali di urbanistica regionale
TRASFERIMENTI	Consentiti secondo disposizioni regionali di urbanistica regionale Compatibilmente con le disposizioni del piano per gli esercizi presenti in zona
COMPATIBILITA' DI ZONA	rispetto delle disposizioni regionali di urbanistica regionale per gli esercizi presenti in zona

SUB-ZONA N. 2

P.E.E.P.

DESTINAZIONI COMMERCIALI COMPATIBILI

Specializzazione merceologica nella funzione di esercizi di vicinato in area pubblica
 Con dotazione di apposito regolamento per l'utilizzo delle aree di cessione del piano di zona

<u>TIPOLOGIA DI RETE</u>	Esercizi di vicinato	Medie strutture di vendita (MSV)	Grandi strutture di vendita (GSV)
	NO	NO	NO
<u>SETTORE ALIMENTARE</u>	Si fino a 150 mq settore alimentare	NO	NO

SETTORE ALIMENTARE	NON	Si fino a 150 mq settore non alimentare	NO	NO
<u>MODELLO DI INTEGRAZIONE</u>		Non rilevante		
ACCORPAMENTI, AMPLIAMENTI		Non rilevante		
TRASFERIMENTI		Non rilevante		
COMPATIBILITA' DI ZONA		Non rilevante		

UTILIZZO COMMERCIALE COMPATIBILE**• Zone A**

Nelle Zone A ed assimilate è consentito l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento esclusivamente di:

- EV; è prevista un'ulteriore limitazione di superficie di vendita massima pari a 100 mq per gli esercizi esclusivamente alimentari; 150 mq per superfici miste
- MSV (nella forma di esercizi singoli o centri commerciali) non alimentari al cui interno possano coesistere strutture alimentari con superfici di vendita inferiori ai 100 mq realizzate in immobili di pregio esclusivamente a seguito di trasferimenti, concentrazioni o ampliamenti.

Nella zona omogenea A devono essere rispettate le normative relative alla tutela del patrimonio storico e ambientale in essa presenti.

In particolare sono proibiti gli ampliamenti delle aperture (finestra, ingressi e similari di qualsiasi natura esistenti sulla muratura), sia che prospettino su spazi pubblici che privati. Eventuali nuove aperture potranno essere consentite purché rispettino le dimensioni delle aperture presenti nell'edificio e vengano sottoposte alla valutazione dell'Amministrazione Comunale in coerenza con gli indirizzi del Piano attuativo. A questo scopo dovranno essere presentati i prospetti interessati dalle modifiche ed i prospetti degli edifici adiacenti e frontalieri.

Le insegne devono essere conformi alle tipologie proposte nei Regolamento Edilizio del Piano Particolareggiato del centro storico; nei caso di mancanza di regolamentazione devono adeguarsi alle tipologie presenti ed essere congruenti con il periodo di realizzazione dell'immobile interessato alla modifica.

Negli allacciamenti dei servizi, quali acqua, luce, telefono e simili, non sono consentiti vani per contatori con sportelli prospicienti la pubblica via.

Zone B e sottoclassificazioni

Nelle Zone B è consentito l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento (compresi i casi di "autorizzazioni dovute") esclusivamente di **EV** e di **MSV** alimentari e non alimentari nella forma di esercizi singoli o centri commerciali.

Zone C e sottoclassificazioni comprese zona assimilata originale G0

Per le zone C si ripropongono gli stessi criteri e le stesse considerazioni riferite alle **zone B**.

Zone D e zone G

Nei presenti criteri non vengono previsti insediamenti commerciali di GSV

CENTRI COMMERCIALI URBANI DI VIA O DI STRADA

In tutte le zone omogenee, ivi comprese **le zone A**, e' consentita la realizzazione di **centri commerciali urbani di via o di strada** non alimentari 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.

DOTAZIONE DI PARCHEGGI PERTINENZIALI PER LA CLIENTELA.

Il rilascio dell'autorizzazione commerciale per:

- apertura, trasferimento, ampliamento di una struttura di vendita (anche nei casi di "autorizzazioni dovute"
- modifica del settore merceologico (alimentare, non alimentare) e/o del mix di superficie di vendita tra alimentare e non alimentare,

è subordinato al rispetto degli standard di dotazione di parcheggi per la clientela. Devono essere verificati entrambi gli standard, ossia:

$$\begin{array}{l} PA_{\text{struttura di vendita}} \geq PA_{\text{standard}} \\ SP_{\text{struttura di vendita}} \geq SP_{\text{standard}} \end{array}$$

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.

Nel caso in cui la struttura di vendita sia soltanto di tipo alimentare o soltanto di tipo non alimentare si utilizzano gli standard base .

Gli standard definiti sono da considerarsi incrementali alla dotazione di spazi pubblici richiesta dal D.A. n. 2266/U del 20 dicembre 1983.

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.

E' ammessa la costituzione delle dotazioni di pertinenza per parcheggi a disposizione dei clienti, anche su suoli la cui titolarità sia diversa da quella delle strutture commerciali di riferimento, purché ne sia dimostrata la piena disponibilità da parte del richiedente entro una soglia di accessibilità concordata con il Comune in sede di istruttoria della pratica urbanistica. Tale soglia non può essere superiore a 300 metri fatti salvi casi eccezionali da valutarsi in sede d'istruttoria.

GLI STANDARD BASE, OSSIA RIFERITI A STRUTTURE DI VENDITA SOLO ALIMENTARI O SOLO NON ALIMENTARE.

Gli standard base sono specificati nella tabella 2.

Nei grafici seguenti sono riportati i corrispondenti valori di:

- mq di area di parcheggio per mq di superficie di vendita,
- n° di stalli di parcheggio in funzione della superficie di vendita, per tutti i casi previsti negli abachi di tabella 2.

Si precisa che:

- **alle zone A ex D.A. n. 2266/U del 20 dicembre 1983**, sono equiparate *"le aree, gli immobili o il complesso di immobili ... di particolare pregio storico, archeologico, artistico o ambientale"*, individuate dai Comuni in applicazione dell'art 7, comma 1 del D.P.C.M. 6 ottobre 2000;
- **nelle zone A** si distingue il caso di MSV di tipo non alimentare localizzate in zone pedonali o a traffico limitato (ossia il cui ingresso pedonale principale si affacci su viabilità solo pedonale o a traffico limitato): per queste strutture è richiesta la dotazione di parcheggi solo per l'ampliamento;
- **per le zone B** sono definiti 2 distinti blocchi di standard, differenziati in funzione del "livello di dipendenza (dell'attività dell'acquisto) dall'automobile"; le zone B ad "alta dipendenza da auto" ed a "media dipendenza da auto" sono individuate dal Comune in sede di strumento urbanistico generale (o di sua variante); nelle more di tale individuazione si assume il valore di 20.000 residenti a Km² come soglia che discrimina l'alta dipendenza (zone in cui tale indice assume valori inferiori a detta soglia) dalla media dipendenza (zone in cui tale indice assume valori superiori a detta soglia) dall'auto.

Tabella 2 Abaco per la verifica degli standard di dotazione di parcheggi per la clientela

<u>Superfici Alimentari</u>		<u>Esercizi di vicinato</u>	<u>Medie Strutture di Vendita con SV <= 150 mq</u>	<u>Medie Strutture di Vendita con SV >= 150 e mq <= 1.500 mq.</u>	<u>Medie Strutture di Vendita con SV > 1.500 mq</u>	<u>Grandi Strutture di Vendita</u>
Zona B	Media dipendenza da auto	PA = SP >= 0	PA>=0,04xSV and SP>=1xSV	PA>=0,112xSV-18 and SP>=2,8xSV-450	PA>=0,05xSV and SP>1,25xSV	
Zona A	Nessuna dipendenza da auto	PA = SP >= 0				

<u>Superfici Non Alimentari</u>		<u>Esercizi di vicinato</u>	<u>Medie Strutture di Vendita</u>	<u>Grandi Strutture di Vendita</u>
Zone B	Media dipendenza da auto	PA = SP >= 0	PA>=0,03xSV and SP>=0,75xSV	
Zone A	Altre zone Bassa dipendenza da auto	PA = SP >= 0	PA>=0,02xSV and SP>=0,5xSV	
	Zone pedonali o a traffico limitato	PA = SP >= 0		

PA = Posti Auto Superficie di Parcheggio	SV = Superficie di Vendita	SP =
--	----------------------------	------

SOGLIE DI ACCESSIBILITÀ DEI PARCHEGGI.

1. Per soglia di accessibilità dei parcheggi si intende il raggio (in termini di distanza in linea d'aria dall'immobile) entro il quale è possibile venga realizzato il parcheggio della media struttura.

Il caso delle strutture miste alimentari + non alimentari

Per una struttura commerciale mista sono configurabili due casi:

a) *L'autorizzazione commerciale specifica /e SV per la vendita di alimentari e non alimentari.*

In questo caso, gli standard di parcheggio (S) da applicare (sia per i posti auto [S=PA] che per l'area destinata a parcheggio [S=SP]) è dato dalla formula

$$S = \frac{S_{Alim} \times SV_{Alim} + S_{NonAlim} \times SV_{NonAlim}}{SV_{Tot}}$$

dove:

- S_{Alim} = Standard calcolato, applicando le relazioni degli abachi di tabella 2, assumendo convenzionalmente che tutta la SV sia alimentare:
- $S_{NonAlim}$ = Standard calcolato, applicando le relazioni degli abachi di tabella 2, assumendo convenzionalmente che tutta la SV sia non alimentare
- SV_{Alim} = Superficie di Vendita Alimentare
- $SV_{NonAlim}$ = Superficie di Vendita Non Alimentare
- SV_{Tot} = Totale Superficie di Vendita

Ogni modifica degli originali valori di SV_{Alim} e $SV_{NonAlim}$ richiede la verifica (e l'eventuale adeguamento) degli standard.

b) L'autorizzazione commerciale è per la vendita di alimentari e non alimentari (ossia in essa è specificata solo la globale SV).

Lo standard di parcheggio (S) da applicare (sia per i posti auto che per l'area destinata a parcheggio) è dato dalla formula

$$S = \frac{2 \times S_{Alim} + S_{NonAlim}}{3}$$

In altri termini si applica la formula definita per il caso a), assume un rapporto convenzionale tra SV_{Alim} e $SV_{NonAlim}$ pari a 2:

DOTAZIONE DI AREE DI SOSTA E DI MOVIMENTAZIONE DEI VEICOLI MERCI.

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

Per le strutture di vendita con $SV \leq 2.500$ mq, deve essere verificata la seguente relazione:

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

Al fine di evitare che il conteggio di SP_{mov} comprenda prevalentemente spazi residuali non utilizzabili per la funzione di sosta e movimentazione, SP_{mov} deve avere una forma tale da consentire di potere inscrivere in essa un rettangolo di misure non inferiori a 5×10 [m].

I criteri esposti hanno carattere vincolante.

Al loro rispetto è subordinato il rilascio dell'autorizzazione commerciale per l'apertura, il trasferimento, l'ampliamento di una struttura di vendita (anche nei casi di "autorizzazione dovute" di cui al punto 4). In ogni caso, per la verifica del rispetto dei criteri proposti, occorre sempre riferirsi alla totalità della superficie di vendita.

PARAMETRAZIONE TRA SUPERFICIE DI VENDITA (SV) E SUPERFICIE LORDA DI PAVIMENTO (SLP).

Il termine SV (Superficie di Vendita) è tipico della regolamentazione commerciale. Esso è estraneo alla pianificazione urbanistica, che, invece, si esprime nei termini di SLP (Superficie Lorda di Pavimento) o in quelli equivalenti di SLA (Superficie Lorda Agibile) o SU (Superficie Utile).

le aree a specifica destinazione commerciale, utilizzeranno un rapporto di parametrizzazione tra SV e SLP pari ad un valore non superiore a 0,75. In altri termini a 1.000 mq di SLP a destinazione d'uso commerciale potrà corrispondere un valore di SV non superiore a 750 mq.

VERIFICA DELLE CONDIZIONI DI COMPATIBILITÀ.

Sono previsti tre distinti livelli di verifica, da espletarsi per le strutture di vendita che, per la loro dimensione, si qualificano come importanti attrattori di mobilità:

- verifica delle condizioni di accessibilità a livello puntuale, ossia riferite all'interfaccia tra viabilità ed area di insediamento della struttura di vendita;
- verifica di impatto trasportistico a livello di rete;
- verifica della compatibilità ambientale.

Il riferimento normativo è individuato nell'art. 6, comma 1, punto c) del D.Lgs. 31/3/98 n. 114.

I criteri definiti per l'espletamento delle verifiche sono anche funzionali all'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali da parte degli strumenti urbanistici [riferimento art. 6, comma 2, punto a)].

CASI IN CUI SONO RICHIESTE LE VERIFICHE ED ASPETTI PROCEDURALI.

La verifica delle condizioni di accessibilità a livello puntuale deve essere prodotta per tutte le MSV

La superficie di vendita assunta a riferimento, quale criterio discriminante l'obbligo di produrre la verifica, è quella totale della struttura di vendita.

La verifica di impatto trasportistico a livello di rete deve essere prodotta per le sole strutture di vendita con una dotazione di parcheggio alla clientela superiore a 100 posti auto. ←

La dotazione di parcheggi assunta a riferimento, quale criterio discriminante l'obbligo di produrre la verifica, è quella che corrisponde al maggiore valore tra dotazione effettiva e dotazione a standard .

Il rilascio dell'autorizzazione commerciale è subordinato al positivo esito delle verifiche di accessibilità. Le verifiche devono accompagnare la richiesta di autorizzazione per:

- l'apertura, il trasferimento, l'ampliamento di una struttura di vendita (anche nei casi di "autorizzazioni dovute" di cui al punto 4);
- la modifica del settore merceologico (alimentare, non alimentare) e/o dei mix di superficie di vendita tra alimentare e non alimentare.

Le verifiche, nei casi previsti, devono essere prodotte dal richiedente l'autorizzazione all'atto della richiesta e devono essere autocertificate da un ingegnere o architetto o dal responsabile di una società di ingegneria, iscritto all'albo professionale e che, in virtù di precedenti studi e progetti, si qualifichi come esperto di pianificazione e regolamentazione del traffico.

VERIFICA DELLE CONDIZIONI DI ACCESSIBILITÀ A LIVELLO PUNTUALE.

Le aree di sosta (parcheggio per la clientela ed area di movimentazione delle merci) della struttura di vendita devono essere opportunamente raccordate alla viabilità, in modo tale da non determinare, nelle situazioni di massimo utilizzo delle aree di sosta, condizioni di intralcio alla circolazione sulla viabilità (ad esempio la formazione di code sulla sede stradale destinata alla circolazione).

In particolare, nel caso strutture di vendita con una dotazione di parcheggio alla clientela maggiore di 100 posti auto è richiesta una specifica regolamentazione dell'immissione/uscita al/dal parcheggio, con la verifica dalla/delle intersezioni.

VERIFICA DI IMPATTO TRASPORTISTICO A LIVELLO DI RETE.

La verifica di impatto deve prendere in considerazione tutta la rete stradale compresa entro un'area di raggio pari ad almeno 1,5 km, incentrata sul punto di accesso al parcheggio per la clientela della struttura di vendita.

La metodologia da assumere a riferimento è quella del HCM (Highway Capacity Manual).

La verifica preliminarmente individua le sezioni, poste sugli itinerari principali di accesso alla struttura di vendita, maggiormente caricate, ovvero quelle che presentano le più pesanti situazioni di criticità del traffico.

Il flusso orario veicolare a tale fine considerato è dato dalla portata oraria di servizio, stimata sulla base di rilievi di traffico relativi alla situazione "attuale" (ossia senza struttura di vendita).

La verifica è sviluppata con riferimento a queste sezioni (sezioni monitorate).

il flusso orario veicolare a tale fine considerato è dato dalla somma di:

- portata oraria di servizio, come sopra definita.
- quota parte, attribuita alla sezione, del totale traffico orario addizionale generato dalla struttura di vendita, convenzionalmente posto pari al doppio dei posti auto del parcheggio riservato alla clientela; il riparto del totale traffico orario addizionale tra le sezioni monitorate è definito sulla base di ipotesi di indirizzo dei flussi tenuto conto delle caratteristiche del bacino di mercato della struttura di vendita.

La verifica deve dimostrare che, tenuto conto della capacità delle sezioni monitorate, in nessuna si determina il livello di servizio E "Flusso instabile", come definito dall' HCM.

REGOLAMENTO DI PROCEDURA

REGOLAMENTO COMUNALE PER LA PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE PER L'INSEDIAMENTO DI MEDIE STRUTTURE DI VENDITA (ex art. 8, comma 4, D. Lgs. 114/98) E LIMITAZIONI MERCEOLOGICHE NEL CENTRO STORICO

ART. 1

NORME SUL PROCEDIMENTO

IL regolamento di procedura relativo alla razionalizzazione del settore del commercio urbano recepiscono integralmente, in attuazione dell'art. 8 comma 2 del D.Lgs. 114/98

a) i dispositivi degli "**INDIRIZZI E CRITERI DI PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE ED URBANISTICA**" in attuazione del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 8 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 .

i criteri sono differenziati a livello locale sulla base di:

- settore merceologico (alimentare o non alimentare);
- tipologia di struttura commerciale (Esercizio Singolo o Centro Commerciale) (vedere quadro separato);
- superficie di vendita della struttura commerciale (vedere quadro separato);
- dimensione demografica del Comune (Comuni con meno di 10.000 abitanti; Comuni con più di 10.000 abitanti)(vedere quadro separato ;
- zonizzazione prevista negli strumenti urbanistici vigenti (zone omogenee di cui al D.A. del 20 dicembre 1983 n° 2266/U); a tale riguardo si precisa che alle zone A ex D.M. 1444/1968, sono equiparate "le aree, gli immobili o il complesso di immobili di particolare pregio storico, archeologico, artistico o ambientale", individuate dai Comuni in applicazione dell'art 7, comma 1 del D.P.C.M. 6/10 2000.

b) nel rispetto della disciplina della concorrenza definiscono – le superfici di vendita della struttura commerciale e **lo sviluppo equilibrato o sostenibile del commercio urbano** nel rispetto e TUTELA degli altri sistemi distributivi (commercio su aree pubbliche), funzione di asporto degli esercizi pubblici, funzione di vendita dell'artigianato locale, della produzione diretta etc. e quindi la tutela delle politiche del lavoro, dei consumatori finali (art. 8 Dlgs 114/98)

TERMINI DI VALIDITA'

La ripresa delle disposizioni regionali, nazionali, hanno validità fino alla loro modifica.
Il regolamento di procedura recepisce automaticamente le modifiche di legge.

I CRITERI DI URBANISTICA COMMERCIALE dettano:

- a) regole per l'individuazione delle aree destinate agli insediamenti commerciali, con particolare riguardo alle MSV ;
- b) definiscono i limiti a cui sono sottoposti:
 - gli insediamenti commerciali in relazione alla tutela dei beni artistici, culturali ed ambientali, nonché dell'arredo urbano.
 - le imprese commerciali nel centro storico e antico;
- c) fissano i vincoli di natura urbanistica, con particolare riguardo alla disponibilità di spazi pubblici o ad uso pubblico ed alla dotazione di parcheggi;
- d) Regolamentano e correlano dei procedimenti di rilascio delle autorizzazioni commerciali ed edilizia (laddove si prevedano interventi edilizi) per le MSV

ART. 2 AUTORIZZAZIONE COMMERCIALE

L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della Superficie di Vendita, l'ampliamento del settore merceologico di una media struttura di vendita alimentare e non alimentare sono soggette al rilascio di preventiva autorizzazione da parte del Comune.

La domanda di autorizzazione deve essere presentata al Comune sulla base del modulo MOD.COM2 approvato ai sensi del D.Lgs. 114/98. La domanda deve comunque contenere generalità, residenza e codice fiscale del richiedente.

ART. 3 Definizioni e ambito di applicazione del decreto

1. Ai fini del presente decreto si intendono :

- a) **per commercio all'ingrosso**, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione.
- b) **per commercio al dettaglio**, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale.
- c) **SUPERFICI DI VENDITA DI UN ESERCIZIO COMMERCIALE**,

Per superficie di vendita s'intende l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili, esclusa quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi nonché gli spazi di pertinenza della cassa "avancassa" purchè non adibiti all'esposizione di merci (art. 4, comma 1, lett. c, D. Lgs. 114/98)

d) PER ESERCIZI DI VICINATO

quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq.

e) Per medie strutture di vendita Si intendono gli esercizi aventi superficie superiore a 150 mq. e fino a 1.500 mq. (ex art. 4, comma 1, lett. e, D. Lgs. 114/98).

F) PER GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti **DI 1.500 MQ**

f) PER CENTRO COMMERCIALE

una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente.

SUPERFICIE COMMERCIALE DI MSV

La superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma della superficie di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti

ESTENSIONE DEL SETTORE MERCEOLOGICO

Le autorizzazioni commerciali possono riguardare il solo settore merceologico della vendita di generi alimentari, il solo settore della vendita di generi non alimentari, oppure entrambi i settori.

Per estensione del settore merceologico si intende l'aggiunta ad una vigente autorizzazione di un settore merceologico precedentemente non autorizzato.

Per variazione del settore merceologico si intende qualunque modifica della Superficie di vendita che, dal punto di vista urbanistico, comporti il passaggio di una struttura di vendita dal settore alimentare al settore non alimentare o viceversa. Tale modifica richiede autorizzazione in quanto cambio di destinazione d'uso.

Dal punto di vista dei requisiti urbanistici, si considerano appartenenti al settore alimentare tutte le strutture di vendita che vendono prodotti alimentari e quelle che vendono sia prodotti alimentari che non alimentari, salvo che la Superficie di Vendita riservata al settore non alimentare sia inferiore al 5% della Superficie di vendita totale.

Si considerano appartenenti al settore non alimentare tutte le strutture di vendita che vendono prodotti non alimentari e quelle che vendono sia prodotti alimentari che non alimentari, purché la Superficie di Vendita riservata al settore alimentare sia inferiore al 5% della Superficie di vendita totale.

DISTINZIONE TRA SUPERFICIE ALIMENTARE E NON ALIMENTARE

Dagli indirizzi regionali di urbanistica commerciale viene ripresa una specificazione e si introduce una distinzione riferita alle **MSV** ed alle **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 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 **SV** alimentare non può essere superiore al **20%** della globale **SV** e comunque non può essere maggiore di **500** mq ovvero 300 mq nei comuni con meno di 10.000 residenti.

ART. 4

FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO ED ESONERI

per forme speciali di vendita al dettaglio si intendono la vendita a favore di dipendenti da parte di Enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;

la vendita per mezzo di apparecchi automatici;

la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione;

la vendita presso il domicilio dei consumatori;

SETTORI DEL COMMERCIO ESONERATI

Il presente decreto non si applica:

ai farmacisti e ai direttori di farmacie delle quali i Comuni assumono l'impianto e l'esercizio ai sensi della Legge 2 aprile 1968, n. 475, e successive modificazioni, e della Legge 8 novembre 1991, n. 362, e successive modificazioni, qualora vendano esclusivamente prodotti farmaceutici, specialità medicinali, dispositivi medici e presidi medico-chirurgici;

ai titolari di rivendite di generi di monopolio qualora vendano esclusivamente generi di monopolio di cui alla Legge 22 dicembre 1957, n. 1293, e successive modificazioni, e al relativo regolamento di esecuzione approvato con decreto del Presidente della Repubblica 14 ottobre 1958, n. 1074, e successive modificazioni;

alle associazioni dei produttori ortofrutticoli costituite ai sensi della Legge 17 luglio 1967, n. 622, e successive modificazioni;

ai produttori agricoli, singoli o associati, i quali esercitano attività di vendita di prodotti agricoli nei limiti di cui all'articolo 2135 del Codice Civile alla Legge 25 marzo 1959, n. 125, e successive modificazioni, e alla Legge 9 febbraio 1963, n. 59, e successive modificazioni;

alle vendite di carburanti, nonché degli oli minerali di cui all'articolo 1 del regolamento approvato con Regio Decreto 20 luglio 1934, n. 1303, e successive modificazioni. Per vendita di carburanti si intende la vendita dei prodotti per uso di autotrazione compresi i lubrificanti effettuata negli impianti di distribuzione automatica di cui all'articolo 16 del Decreto-Legge 26 ottobre 1970, n. 745, convertito con modificazioni, dalla Legge 18 dicembre 1970, n. 1034, e successive modificazioni, e al Decreto legislativo 11 febbraio 1998, n. 32;

agli artigiani iscritti nell'albo di cui all'articolo 5, primo comma, della legge 8 agosto 1985, n. 443, per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio;

ai pescatori e alle cooperative di pescatori, nonché ai cacciatori, singoli o associati, che vendano al pubblico, al dettaglio, la cacciagione e i prodotti ittici provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività e a coloro che esercitano la vendita dei prodotti da essi direttamente e legalmente raccolti su terreni soggetti ad usi civici nell'esercizio dei diritti di erbatico, di fungatico e di diritti similari;

a chi venda o esponga per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo, comprese le proprie pubblicazioni di natura scientifica od informativa, realizzate anche mediante supporto informatico;

alla vendita dei beni di fallimento effettuata ai sensi dell'articolo 106 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267, e successive modificazioni;

l) all'attività di vendita effettuata durante il periodo di svolgimento delle fiere campionarie e delle mostre di prodotti nei confronti di visitatori, purché riguardi le sole merci oggetto delle manifestazioni e non duri oltre il periodo di svolgimento delle manifestazioni stesse;

m) agli enti pubblici ovvero alle persone giuridiche private alle quali partecipano lo Stato o enti territoriali che vendano pubblicazioni o altro materiale informativo, di propria o altrui elaborazione, concernenti l'oggetto della loro attività.

Resta fermo quanto previsto per l'apertura delle **sale cinematografiche** dalle legge 4 novembre 1965, e successive modificazioni, nonché dal decreto legislativo 8 gennaio 1998, n. 3.

ART. 5

ATTI NON SOGGETTI AD AUTORIZZAZIONE BENSÌ A COMUNICAZIONE

Non sono soggetti ad autorizzazione commerciale, ma a sola comunicazione al Comune, da redigersi sulla base del modulo **MOD.COM3** approvato ai sensi del D.Lgs. 114/98:

- **la cessazione dell'attività;**
- **le modifiche interne che non comportino aumento della superficie di vendita;**
- **la riduzione dei settori merceologici da due a uno solo;**
- **il subingresso.**

6.1. **Per sub-ingresso** si intende la sostituzione della titolarità di un'autorizzazione rilasciata, tramite trasferimento della gestione o della proprietà dell'attività. La comunicazione al Comune del sub-ingresso da parte del subentrante deve essere accompagnata da:

- **autocertificazione** riguardo alla non sussistenza di alcuna delle condizioni ostative all'esercizio di attività commerciale di cui all'art. 5 comma 2 del D.Lgs. 31/3/1998 n.114;
- nel caso che la domanda riguardi un'attività relativa al settore merceologico alimentare, autocertificazione di possesso dei requisiti professionali di cui all'art. 5 comma 5 del D.Lgs. 31/3/1998 n.114.

6.2. La modifica della disposizione interna di arredi e attrezzature di una struttura di vendita autorizzata che non determini un incremento della Superficie di Vendita è soggetta ad obbligo di comunicazione al comune, accompagnata da planimetria in scala non inferiore a 1:100 con l'indicazione della destinazione di ciascun locale e l'individuazione della Superficie di Vendita nella nuova sistemazione prevista.

Art. 6

CRITERI RIFERITI ALLE CONCENTRAZIONI ED AGLI AMPLIAMENTI. CASI DI AUTORIZZAZIONI DOVUTE AI SENSI DELL'ART. 10, COMMA 3, DEL D.LGS. 114/1998.

1) 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 successivo punto 5.

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:

$$SV_{UTILE} = SV_{ORIGINARIA} \times \frac{NG_{ESERCIZIO}}{1.095} \text{ CON;}$$

- $SV_{ORIGINARIA}$ = superficie di vendita alimentare dell'esercizio alla sua attivazione;
- $NG_{ESERCIZIO}$ = 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).

2) L'autorizzazione all'ampliamento di una MSV costituisce atto dovuto a condizione che:

- siano rispettati i criteri di programmazione urbanistica di cui al punto 5.
- l'ampliamento sia contenuto entro il limite del **20%** del maggiore tra i seguenti valori:
 - a) superficie di vendita autorizzata ai sensi dell'art. 24 della L. 11 giugno 1971, n. 426;
 - a) 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;

$$SV_{UTILE} = SV_{ORIGINARIA} \times \frac{NG_{ESERCIZIO}}{1.095} \text{ CON;}$$

- $SV_{ORIGINARIA}$ = superficie di vendita della MSV o GSV autorizzata alla sua attivazione;
- $NG_{ESERCIZIO}$ = 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.

ART. 7
RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE PER LE
MEDIE STRUTTURE DI VENDITA.

**1. L'apertura,
il trasferimento di sede,
l'ampliamento della superficie fino al limite di 1.500 mq.,
L'estensione di settore merceologico, di una media struttura di vendita sono soggetti
ad autorizzazione rilasciata dal Comune.**

2. - Documenti da allegare alla domanda di autorizzazione

Per ottenere l'autorizzazione di cui all'art. 8 del D. Lgs. 114/98 il richiedente deve presentare presso l'Ufficio Protocollo del Comune, domanda redatta sugli appositi modelli ministeriali compilati in ogni loro spazio, oppure dovrà essere inviata tramite lettera raccomandata, **dichiarando in particolare quanto segue:**

- a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del D. Lgs. 114/98;
- b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio,
- c) le eventuali comunicazioni di cui all'art. 10, commi 2 e 3 del D. Lgs. 114/98;

2.1. Ogni domanda di autorizzazione commerciale per medie strutture di vendita deve essere presentata insieme ai seguenti documenti allegati:

- 1. **autocertificazione** del richiedente riguardo alla assenza di requisiti morali ostativi all'esercizio di attività commerciale di cui all'art. 5 comma 2 del D.Lgs. 31/3/1998 n.114;
- 2. **autocertificazione** di possesso dei requisiti professionali di cui all'art. 5 comma 5 del D.Lgs. 31/3/1998 n.114, nel caso che la domanda riguardi un'attività relativa al settore merceologico alimentare;
- 3. **estratto autentico di mappa e certificato catastale**, rilasciati in data non anteriore a tre mesi, atti ad identificare l'unità o le unità immobiliari oggetto della domanda e le relative superfici e proprietà; in alternativa la documentazione catastale può essere costituita da estratto di mappa e visura catastale certificate con firma e timbro di un professionista abilitato;
- 4. **planimetria in duplice copia dell'unità edilizia** e della o delle unità immobiliari oggetto della domanda ~~in scala non inferiore a 1:100~~ con l'indicazione della destinazione di ciascun locale e l'individuazione della Superficie di Vendita; la Superficie di vendita deve in ogni caso essere delimitata da strutture edilizie o da elementi di arredo o funzionali fissi e chiaramente individuabili;
- 5. **cartografia** con indicazione della collocazione dell'iniziativa sulla viabilità e documentazione delle prescrizioni urbanistiche influenti sull'area interessata, nonché delle previsioni derivanti da strumenti urbanistici di pianificazione territoriale vigente
- 6. **piante e sezioni dei locali nello stato attuale**, con indicazione delle destinazioni d'uso timbrate e firmate da un tecnico abilitato;
- 7. **estremi dell'ultima concessione**, o autorizzazione edilizia rilasciata o della denuncia d'inizio di attività;
- 8. **descrizione delle caratteristiche dell'iniziativa indicando:**
 - ⇒ **numero di esercizi previsti,**
 - ⇒ **dimensione della superficie di vendita in relazione al terreno disponibile, alla superficie coperta complessiva**
 - ⇒ **indicazioni di eventuali esercizi commerciali già operanti trasferiti ed occupati nella nuova struttura e superficie di vendita di ciascun esercizio,**
 - ⇒ **settori merceologici previsti;**

3. CASI IN CUI SONO RICHIESTE LE VERIFICHE ED ASPETTI PROCEDURALI.

E' fatto carico ai richiedenti l'autorizzazione l'adempimento delle seguenti prescrizioni di carattere urbanistico:

- (1) **DISPONIBILITÀ DI PARCHEGGI**
- (2) **VERIFICA DELLE CONDIZIONI DI ACCESSIBILITÀ**
- (3) **VERIFICA DI IMPATTO TRASPORTISTICO A LIVELLO DI RETE.**
- (4) **VERIFICA DI IMPATTO AMBIENTALE**

ART. 8

Correlazione con altri procedimenti

1. Qualora, ai fini dell'apertura, trasferimento di sede o ampliamento della struttura di vendita siano necessari interventi edilizi o di cambio di destinazione d'uso che implicano il rilascio di una autorizzazione edilizia o concessione edilizia, l'interessato deve inoltrare contestualmente la domanda di concessione o autorizzazione edilizia, citando in ciascuna delle due domande la domanda correlata. L'emanazione del provvedimento di concessione edilizia è successivo o, ove possibile, contestuale al rilascio dell'autorizzazione commerciale.

2. Qualora, ai fini dell'apertura, trasferimento di sede o ampliamento della struttura di vendita, sia necessaria la preventiva approvazione di un piano urbanistico attuativo, l'interessato può inoltrare contestualmente la proposta di piano urbanistico attuativo, la domanda di autorizzazione commerciale e la domanda di concessione edilizia, al fine di un esame congiunto. In tal caso il rilascio dell'autorizzazione commerciale è comunque subordinato alla preventiva conclusione dell'iter di approvazione del piano urbanistico attuativo. Il rilascio della concessione edilizia è contestuale al rilascio dell'autorizzazione commerciale.

ART. 9

Contenuti dell'autorizzazione rilasciata

L'autorizzazione amministrativa deve contenere:

- a) gli estremi della richiesta e dell'autorizzazione;
- b) le generalità ed il codice fiscale del titolare dell'autorizzazione;
- c) l'ubicazione dell'immobile oggetto dell'intervento;
- d) i settori merceologici autorizzati e le relative Superfici di vendita;
- e) le eventuali prescrizioni che devono essere soddisfatte prima di dare corso all'apertura dell'esercizio.

All'atto di autorizzazione è inoltre allegata, quale parte integrante, la planimetria della o delle unità immobiliari oggetto della domanda con l'indicazione della destinazione di ciascun locale e l'individuazione della Superficie di Vendita.

Decadenza dell'autorizzazione

Il titolare decade dall'autorizzazione commerciale nei seguenti casi:

- a) mancata apertura della struttura di vendita entro 365 giorni dal rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità, ovvero, qualora l'autorizzazione riguardi immobili interessati da concessione edilizia o autorizzazione edilizia, entro 365 giorni dal rilascio del certificato di conformità edilizia delle opere realizzate;
- b) sospensione dell'attività per oltre 365 giorni consecutivi;
- c) perdita dei requisiti di cui all'art. 4 comma 2 del D.Lgs. 114/98;
- d) ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi dell'art. 22 comma 2 del D.Lgs. 114/98.

La decadenza viene dichiarata dal Responsabile del Servizio con apposito atto, e notificata all'interessato.

ART. 10
Pubblicità dell'autorizzazione

Chiunque può prendere visione, presso gli Uffici comunali, dell'autorizzazione rilasciata. Dei provvedimenti definitivi in relazione alle richieste di cui all'art. 1, viene data notizia mediante affissione all'Albo Pretorio per la durata di 15 giorni, ferma restando la notifica in forma amministrativa al richiedente.

ART. 11
Commercio associato ad attività produttiva

1. Non è richiesta l'autorizzazione commerciale ai titolari di un'attività artigianale o industriale, per la vendita nei locali di produzione o nei locali a questi adiacenti dei beni di produzione propria, ovvero per la fornitura al committente dei beni accessori all'esecuzione delle opere o alla prestazione del servizio.

Qualora la superficie dei locali o porzioni di locali destinati alla vendita non superi i 30 mq. e il 30% della superficie dell'unità immobiliare produttiva, non si determina cambio di destinazione d'uso e non applicano i requisiti urbanistici relativi alle attività commerciali. In caso di superamento è richiesta l'identificazione catastale dei locali ad uso commerciale, l'autorizzazione edilizia al cambio d'uso ad uso commerciale e il rispetto dei conseguenti requisiti urbanistici.

2. Qualora ad un'attività produttiva si intenda associare l'attività di vendita al dettaglio in forme non rientranti nel caso di esclusione di cui al punto precedente, è richiesta l'identificazione catastale dei locali ad uso commerciale, l'autorizzazione edilizia al cambio d'uso e il rispetto dei conseguenti requisiti urbanistici, nonché l'autorizzazione commerciale.

1. Il rilascio è subordinato alla sussistenza delle seguenti condizioni:

possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del D. Lgs. n. 114/98;

rispetto delle disposizioni in materia urbanistica commerciale, previste in atti regionali, provinciali e comunali, in modo particolare della disponibilità di parcheggio di cui alla tabella previste nell'abaco;

verifica di ogni altra condizione richiesta dal D. Lgs. 114/98 e dalla L. R. di settore.

2. Così come previsto dagli "Indirizzi e criteri di programmazione commerciale ed urbanistica", l'autorizzazione per una media struttura di vendita è rilasciata obbligatoriamente quando l'apertura, o l'ampliamento della media struttura di vendita consegua alla concentrazione o accorpamento degli esercizi autorizzati, ai sensi dell'art. 24 della legge 11/06/1971, n. 426, per la vendita di generi di largo e generale consumo.

3. Nel caso in cui il Comune non comunichi il provvedimento di diniego entro 90 (novanta) giorni dal ricevimento della domanda, completa della documentazione prevista dal presente regolamento, la stessa sarà da ritenersi accolta.

ART. 12
INIZIO DELL'ATTIVITA'

1. Il mancato rispetto dei termini di apertura, sono oggetto di sanzione ai sensi dell'art. 22 del D. Lgs. 114/98.

ART. 13
DISPOSIZIONI FINALI

1. Si stabilisce che, ai fini del rilascio dell'autorizzazione, l'istruttoria sarà **curata dal Servizio Attività Produttive**, ma per quanto concerne il rispetto dei criteri e delle norme tecnico -

urbanistiche, con particolare riguardo ai parametri di parcheggio, il predetto Servizio dovrà far riferimento al Servizio Urbanistica – Edilizia Privata, specificatamente competente per materia.

2. Il Servizio Urbanistica – Edilizia Privata dovrà rinviare le piantine planimetriche presentate dalla Ditta istante, viste per la conformità ai regolamenti edilizi, alle norme urbanistiche, alle norme relative alle destinazioni d'uso, con particolare riguardo ai parametri di parcheggio.

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento, si rimanda alla vigente normativa ed in particolare alla legge 07/08/1990, n. 241, nonché alle relative successive modifiche ed integrazioni.