



COMUNE DI BAGHERIA

PROVINCIA DI PALERMO



PIANO REGOLATORE GENERALE

elaborato:

NORME TECNICHE E REGOLAMENTO DI URBANISTICA COMMERCIALE

(con le modifiche discendenti dalla Delibera di Adozione Commissariale n°74 del 09/10/2013)

tavola:

All. h

scala:

data:

PROGETTISTI

Arch. Maria Piazza

Geom. Carlo Tripoli

RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO

Dott. Ing. Vincenzo Aiello

SUPPORTO AI PROGETTISTI ED AL R.U.P.:

Geom. Cosimo Tantillo, Geom. Giuseppe Gagliano, Geom. Tommaso Sciortino, Sig. Giovan Battista Lo Verso

visti ed approvazioni:

COMUNE DI BAGHERIA
PIANO REGOLATORE GENERALE

**NORME TECNICHE DI URBANISTICA COMMERCIALE
E REGOLAMENTO**

NORME PER LA DISCIPLINA DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA, IN ATTUAZIONE DEL
DECRETO LEGISLATIVO 31.03.1998 N.114
“RIFORMA DELLA DISCIPLINA RELATIVA AL SETTORE DEL COMMERCIO”;
LEGGE REGIONALE 22.12.1999 N.28
“NORME SULLA DISCIPLINA DEL COMMERCIO”
DECRETO PRESIDENZIALE 11.07.2000

Progettisti: Arch. Maria Piazza ,Geom. Carlo Tripoli.

Supporto alla progettazione ed al R.U.P.: Geom Cosimo Tantillo, Geom Giuseppe Gagliano,
Geom Tommaso Sciortino e Signor Giovan Battista Lo Verso.

Responsabile Unico del Procedimento: Ing. Vincenzo Aiello

Indice elaborati:

Relazione	pag 2
Disciplina di urbanistica commerciale	pag....
Regolamento di attuazione	pag.....

RELAZIONE

RIFERIMENTI NORMATIVI

Con le presenti norme si recepiscono a livello comunale le seguenti disposizioni statali e regionali in materia di attività commerciali e loro modifiche ed integrazioni:

- Decreto Legislativo 31.03.1998 n.114, avente ad oggetto “Riforma della disciplina relativa al settore del commercio”;
- Legge Regionale 22.12.1999 n.28, recante “Norme sulla disciplina del commercio”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana il 24.12.1999;
- Decreto Presidenziale 11.07.2000;

La linea di demarcazione tra la vecchia concezione di regolamentazione amministrativa e la nuova è rappresentata dal decreto legislativo n. 114 del 31 marzo 1998. Lo stesso rappresenta, quindi, la nuova legge quadro di disciplina del settore distributivo nel suo complesso.

L’esigenza di modificare il sistema normativo ha trovato motivazioni nelle mutate condizioni socio-economiche del Paese. In particolare, già da tempo, nei diversi settori economici, compresi quelli tradizionalmente gestiti dallo stato, emergeva la necessità di garantire condizioni che migliorassero il livello competitivo e di concorrenza, sia per aumentare il livello qualitativo dell’offerta sia al fine di produrre risparmi per la collettività.

Appare determinante che fra le finalità della recente innovazione legislativa nazionale siano comprese la tutela della “..possibilità di approvvigionamento..” e del “..servizio di prossimità..” e “..la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane...” (art.1 D.Leg.n.114/1998).

Secondo il principio generale della qualificazione degli spazi urbani di relazione, non appare concepibile la permanenza nel futuro di aree urbane attive ove esse pervenissero ad uno stato di progressivo degrado e annullamento della rete capillare dei servizi commerciali.

In altri termini tali aree non potrebbero essere considerate solo come aree urbane degradate ma dovrebbero essere invece considerate come aree non più urbane in quanto non dotate dei requisiti essenziali e non sostituibili che connotano e conformano la città.

L’art.4 del Decreto Legislativo citato introduce alcune definizioni essenziali, ma solo sulla base di

criteri meramente riferiti alle superfici degli esercizi e non al ruolo urbano da essi svolto ed alla loro sufficiente densità nel tessuto della città.

I regolamenti di competenza comunale possono integrare opportunamente tale carenza mediante l'introduzione dei criteri di compatibilità urbanistica e di congruenza rispetto al sistema della mobilità.

Si intendono infatti per “esercizi di vicinato” non quelli che, per i caratteri dei prodotti, esercitano effettivamente il ruolo di presidio commerciale irrinunciabile a servizio della residenza diffusa ma tutti “..quelli avente superficie di vendita non superiore ... a 150 mq, nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti”.

La programmazione della rete distributiva di cui tratta l'art.6 del Decreto Legislativo ha, fra l'altro, gli scopi di:

- rendere compatibile l'impatto territoriale e ambientale degli insediamenti commerciali, con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento”;
- valorizzare la funzione commerciale al fini della riqualificazione del tessuto urbano al fine di ricostituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;
- riqualificare i centri storici attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti”.

Di conseguenza alla legislazione regionale è stato affidato il compito, che risulta innovativo rispetto al passato, di fissare:

- “i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, affinché gli strumenti urbanistici individuino le aree nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture;
- “ le limitazioni relative alle necessità di tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, dei centri storici e delle località di interesse artistico e naturale “al fine di qualificare la presenza delle attività commerciali e artigianali in grado di svolgere un servizio di vicinato ed evitare il processo di espulsione delle attività commerciali ed artigianali”;
- “più incisivi poteri comunali relativi alla localizzazione dei servizi commerciali nei centri storici”;
- i “criteri in base ai quali i Comuni, per un periodo non superiore a due anni, possono

sospendere o inibire gli effetti della comunicazione di apertura degli esercizi di vicinato”;

- la disciplina inerente “la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi”, in relazione alle diverse strutture di vendita;
- la correlazione, fino alla contestualità, delle autorizzazioni di natura edilizia e di quelle di natura commerciale.

La città, come abituale sede di relazioni e di scambi, richiede che il sistema distributivo sia compatibile con la maglia dei tessuti già formati o in formazione.

A tale scopo la razionalizzazione del sistema distributivo avrà aspetti organizzativo-funzionali che risultano comuni alla gran parte degli esercizi, quali le questioni:

- degli orari,
- della circolazione interna al sistema,
- della accessibilità al sistema,
- dei rifornimenti e immagazzinamenti,
- delle modalità, tendenti alla unificazione, di accredito e di pagamento,
- del comfort e degli arredi,
- della fornitura a domicilio e quanto altro.

L’integrazione fra i diversi elementi (ambiti) che compongono il sistema distributivo avrà aspetti che concernono le, peraltro normali, relazioni fra i tessuti commerciali (specie se di servizio alla residenza) e le altre funzioni ordinarie.

VALORIZZAZIONE DELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

Le norme commerciali sono orientate, alla piena valorizzazione della piccola distribuzione in un quadro di collaborazione ed integrazione con le altre forme di distribuzione commerciale.

In attuazione dei principi contenuti nella legge regionale, tesi alla promozione di processi di integrazione degli esercizi di vicinato, riconoscendo alla rete costituita da tali esercizi un ruolo fondamentale per la popolazione residente, i consumatori e la domanda turistica, nonché alla riqualificazione e recupero del patrimonio edilizio esistente, l'Amministrazione comunale provvederà ad attivare, nell'ambito della procedure, impegni precisi agli interventi nel senso di:

- guidare la riorganizzazione e l'ammodernamento della rete distributiva
- migliorare i servizi alla cittadinanza preservando la rete commerciale tradizionale di commercio e artigianato valorizzandone la specificità e la presenza sul territorio
- favorire forme consortili di gestione

I principi ed obiettivi, inerenti la materia specifica del presente provvedimento, espressi nella Legge Regionale 22 dicembre 1999 n.28, "riforma della disciplina del commercio" sono individuabili:

- a) la trasparenza del mercato, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
- b) la tutela del consumatore, con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti;
- c) l'efficienza, la modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva, nonché l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine di contenimento dei prezzi;
- d) 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;
- e) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali, montane e delle isole minori.

Gli strumenti per perseguire le finalità sopra riportate possono essere sintetizzate nelle seguenti misure:

- riorganizzazione delle tipologie merceologiche in nuovi settori di raggruppamenti;

- definizione delle tipologie di esercizio;
- programmazione della rete distributiva;
- ridefinizione e semplificazione delle procedure amministrative.

ATTIVITA' COMMERCIALI ESISTENTI NEL TERRITORIO DEL COMUNE DI BAGHERIA

In prima istanza, si è proceduto a una verifica, accertamento e localizzazione di tutte le attività commerciali esistenti, individuando gli esercizi commerciali secondo le tre tipologie previste dalla Legge Regionale n. 28/99. Tale individuazione è stata effettuata tenendo conto delle superfici di vendita: quelli compresi e fino a 150 mq, esercizi di vicinato, con superficie da mq 151,00 a 1.000,00 le medie strutture e, grandi strutture con superfici superiore a 1.000,00 mq.

Si è proceduto, ad acquisire i dati, fino a dicembre dell'anno 2011, dallo Sportello Unico delle Attività Produttive, che ha già creato una schedatura che ha tenuto conto sia delle fasce di appartenenza, in relazione alla superficie di vendita di ciascuna attività e, ad una classificazione delle attività commerciali previste in base alla nuova normativa. (A-B-C).

- **SETTORE "A"** tutti i prodotti alimentari nonché articoli per la pulizia della persona e della casa ed articoli in carta per la casa;
- **SETTORE "B"** prodotti non alimentari, cioè dell'abbigliamento (articoli di vestiario confezionati di qualsiasi tipo e pregio , accessori e della biancheria intima), calzature,
- **SETTORE "C"** prodotti vari

Attraverso tale lavoro di schedatura è stato accertato che le attività esistenti, alla data del 31/12/2011, con regolare licenza e/o comunicazione, sono complessivamente **n. 1.238** così suddivise:

SETTORE "A"	241
SETTORE "B"	959
SETTORE "C"	38
TOTALE	1.238

TOTALE ESERCIZI COMMERCIALI n. 1238

di esse solamente nr. 99 appartengono alla tipologia di media struttura di vendita.

Agli esercizi commerciali si aggiungono i pubblici esercizi, trattorie, pizzerie, ristoranti e bar, che attraverso il lavoro di schedatura si è arrivati alla quantificazione che quelle esistenti con regolare autorizzazione sono complessivamente 156, anche se questo è un valore che non interferisce sulla pianificazione commerciale.

Dalle ubicazioni delle attività commerciali, tipologia “A”, “B” e “C”, si rileva che il numero maggiore di esse grava sulle arterie stradali più importanti del centro urbano: Corso Umberto, Corso Butera, via Libertà e via Dante Mattarella e, nelle loro immediate vicinanze.

Parti di dette vie, Corso Umberto, Corso Butera, congestionate dal traffico autoveicolare, non risultano dotate di aree circostanti a parcheggio, determinando così una grave crisi delle attività commerciali.

Fattore di crisi del commercio locale è stato aggravato dalla presenza nei territori limitrofi di grossi centri commerciali che hanno una attrattiva superiore soprattutto perchè sono riusciti a dare anche un servizio di confort alternativo.

Da una attenta osservazione, si rileva che tale crisi ha determinato una continua alternanza di tipologie diverse nello stesso luogo, con una vita dell’esercizio molto limitata nel tempo.

Considerato che buona parte delle attività commerciali ricadono in zone urbane dove il non si riscontrano servizi adeguati (es. parcheggi) e rete viaria efficiente, il P.R.G. ha proposto soluzioni per favorire, il mantenimento, la rivitalizzazione delle esistenti attività, in condizione di regolare funzionalità urbana.

I processi di incentivazione saranno proiettati, verso la qualificazione delle aree commerciali in maniera armonica, a tal fine l'Amministrazione Comunale o i Privati potranno utilizzare gli spazi pubblici, all'interno degli assi commerciali, come luoghi di incontro, di intrattenimento, di spettacoli, in modo da rendere gradevole la vivibilità dei luoghi e rendere più proficuo il rendimento delle varie attività commerciali, creando anche servizi di ristoro, svago e attività del tempo libero.

La domanda per nuove attività commerciali viene soddisfatta nel P.R.G. attraverso la localizzazione di nuove aree fuori da centro storico e in su aree periferiche al centro urbano, appositamente classificate come zone territoriali omogenee di tipo D, al fine di rendere più omogenea la rete di distribuzione dei nuovi insediamenti e poter rilanciare l’economia locale, favorendo il recupero di piccole e medie imprese esistenti al fine di aumentare livelli occupazionali

attualmente bassi.

Il P.R.G. pertanto ha tenuto conto della situazione attuale ed ha individuato le aree da destinare agli insediamenti di medie e grandi strutture di vendita al dettaglio, le aree da destinare al mercato di aree pubbliche di tipo settimanale o periodico.

Analogamente come per il centro storico il P.R.G. prevede processi di incentivazione proiettati, in sede di redazione degli strumenti attuativi, verso la qualificazione delle aree commerciali in maniera armonica, con l'inserimento di servizi e attrezzature, che possano rendere gradevole la vivibilità dei luoghi individuati e più proficuo il rendimento delle varie attività commerciali, creando servizi di trattenimento, ristoro, svago e attività del tempo libero, zone verdi e parchi ludici.. Su tali aree devono prevedersi inoltre, assi stradali adeguati tali da rendere l'area accessibile a grossi mezzi di trasporto per accelerare gli approvvigionamenti.

INQUADRAMENTO TERRITORIALE DELLA CITTA' DI BAGHERIA ED ACCESSIBILITA'

La sottostante tabella riporta i tempi di collegamento tra Bagheria ed i comuni ricadenti all'interno del proprio contesto territoriale.

Classi di abitanti	Tempi di Percorrenza da 1' a 15'		Tempi di Percorrenza da 16' a 30'	
	comune	abitanti	comune	Abitanti
> 20.000 totale	Villabate	20.450	Misilmeri	28.074
			Termini Imerese	27.460
10.000 / 20.000 totale	Casteldaccia Ficarazzi Santa Flavia	10.883 11.514 10.622		
5.000 / 10.000 totale	Altavilla	7276	Trabia	9.382
			Marineo	6.791
1.000/ 5.000 totale			Bolognetta	3997
< 1.000 totale				
TOTALE		60745		75704

L'analisi sopra riportata è stata effettuata in considerazione che Bagheria ha avuto, ed ha, un ruolo molto importante in tema di servizi commerciali anche nel suo contesto territoriale, che è definito dai comuni vicini, con tempi brevi di accessibilità. I Comuni vicini e di contesto, tutti con numero minore di abitanti rispetto a Bagheria, non presentano servizi commerciali quali: grandi strutture o centri commerciali, pertanto una alta percentuale del numero degli abitanti dell'interland può considerarsi gravitazionale sulla città di Bagheria, al fine della pianificazione di medie e grandi strutture di vendita.

L'attrattiva commerciale di Bagheria, che poteva considerarsi medio alta fino a pochi anni fa, in epoca antecedente alla creazione dei grandi centri commerciali nelle aree periferiche della Città capoluogo, oggi subisce un decremento, pertanto il P.R.G. deve invertire questa tendenza ed indirizzare l'attrattività anche su Bagheria, proponendo innovazioni all'interno degli assi commerciali che potranno configurarsi quali centri commerciali naturali.

E' di grande attrazione l'asse pedonale creatosi sul Corso Umberto, sia per i residenti, sia per i pendolari giornalieri che vengono stimati tra studenti e lavoratori in un numero di circa 4.000 persone, sia per i turisti del commercio, che grazie ad indagini esogene si possono stimare in un numero medio alto.

L'aspetto turistico commerciale deve essere difeso e incentivato, pertanto dovrà rafforzarsi il sistema capillare del commercio a dettaglio, con gli esercizi di vicinato, attraverso la promozione, da parte di associazioni o dell'amministrazione stessa, di attrattive culturali e tradizioni antropologiche.

ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Per quanto riguarda l'analisi della rete distributiva comunale sono significativi i seguenti dati:

Numero dei punti vendita	1.238
Superficie totale dei punti vendita	mq 109.621,00
Numero di abitanti (rilevati a Dicembre 2011)	56.492

La distribuzione degli esercizi commerciali viene riportata nella seguente tabella:

Esercizi di vicinato	1.136	mq 73.374,00
Esercizi di media struttura	99	mq 30.632,00
Esercizi di grande struttura	3	mq 5.615,00

Rete distributiva del Comune di Bagheria per numero di esercizi.

Classi di superficie(mq)	Settore alimentare	settore non alimentare	Misti	TOTALE
	NUMERO DI ESERCIZI			
10-24	28	81	1	110
25-49	99	251	5	355
50-99	75	350	14	439
100-150	27	203	2	232
151-249	8	41	1	50
250-399	4	20	5	29
400 - 1.000	4	11	5	20
1.000 a 2.500	0	2	1	3
TOTALI	245	959	34	1.238

Rete distributiva del Comune di Bagheria per superficie di vendita.

	Abitanti residenti per esercizio
1 Alimentari	231
2 Misti	1662
3 Non alimentari	59
Publici Esercizi (trattorie, pizzerie, ristoranti bar)	362
Totale (1+2+3)	1.952

Ai sensi della L.R. n. 28/99, le attività di commercio al dettaglio con riferimento ai raggruppamenti sono:

1. **Settore alimentare:** tutti i prodotti alimentari, articoli per la pulizia della persona o della casa, articoli in carta per la casa.

2. **Settore non alimentare:** abbigliamento (ad esclusione degli accessori e della biancheria intima) e calzature.

3. **Prodotti vari:** trattasi di una o più categorie merceologiche.

Nel definire le superfici di vendita invece, le tipologie fondamentali di esercizi commerciali, in termini di classi dimensionali sono le seguenti:

ESERCIZI DI VICINATO superficie di vendita non superiore a mq 150

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA superficie compresa da mq 151a mq 1000

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA gli esercizi aventi superfici di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture, a sua volta divisibili in:

a. **grandi strutture di vendita di livello inferiore**, gli esercizi commerciali aventi una superficie di vendita superiore ai limiti delle medie strutture **fino a 5.000**;

b. **grandi strutture di vendita di livello superiore** gli esercizi commerciali aventi una superficie di vendita **superiore ai 5.000 mq.**

Ciò è valido per i Comuni con popolazione residente tra 10.000 e 100.000 abitanti.

Per superfici di vendita di un esercizio commerciale si intende, ai sensi dell'art. 2, 1 ° comma, lettera D, della Legge Reg. n. 28/99, la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e simili.

Per i centri commerciali, all'interno dei quali possono sussistere pubblici esercizi, si individuano 4 tipologie:

- A. *mercato coperto;*
- B. *centro commerciale locale urbano;*
- C. *medio centro commerciale;*
- D. *grande centro commerciale.*

**ANALISI NUOVE APERTURE ESERCIZI COMMERCIALI E CESSAZIONI DEGLI
ULTIMI CINQUE ANNI DALL'ANNO 2007 ALL'ANNO 2011**

ANNO	ESERCIZI DI VICINATO	NUOVE APERTURE		PUBBLICI ESERCIZI	CESSAZIONI	SALDO
		MEDIE STRUTTURE				
2007	173	0		6	84	+95
2008	148	3		10	113	+48
2009	167	2		8	83	+94
2010	155	1		9	83	+82
2011	142	3		13	90	+68

La superiore analisi dimostra che la Città di Bagheria, negli ultimi cinque anni ha avuto un incremento di 387 attività commerciali, comprensivo degli esercizi pubblici, con una media di 77,4 attività annue nuove, pertanto si è avuto un incremento proporzionale all'incremento demografico.

L'analisi dimostra che la maggior parte dell'incremento è relativo agli esercizi di vicinato. La pianificazione commerciale ha valutato la richiesta esogena, pervenuta agli Uffici competenti dello Sportello Unico per le Attività Produttive, dove è emerso che molte ditte hanno esternato la volontà di realizzare medie strutture di vendita, ma la mancata regolamentazione comunale in materia commercio, non ha consentito la loro realizzazione, pertanto si è verificato un ripiego alla realizzazione delle strutture di vicinato o medio strutture di vendita, con la limitazione fino a mq 300,00 dettata dallo strumento urbanistico allora vigente.

valutato il numero della popolazione presente nel territorio al dicembre 2011;

valutata la proiezione demografica della città di Bagheria fino a dicembre 2020;

valutati i movimenti pendolari delle persone abitanti dei paesi contermini, sulla base dei dati ISTAT ;

valutato il livello di attrazione di Bagheria rispetto al contesto metropolitano, città che da sempre rispetto ai comuni limitrofi ha assunto carattere lider, nel campo commerciale, artigianale ,nel direzionale, santario, assistenziale e scolastico, data la presenza anche di diversi istituti superiori.

Bagheria è stato ed è anche attrazione della città di Palermo, soprattutto della sua periferia ovest;

determinata la presenza demografica dei comuni contermini, raggiungibili in un massimo di trenta minuti ;

valutata la situazione infrastrutturale esistente e di progetto, sono state classificate all'interno del P.R.G. di Bagheria alcune aree con destinazione di tipo produttivo, artigianale e commerciale "D1" per l'inserimento di grandi strutture di vendita fino ad un massimo di mq 5.000.

Le suddette aree sono state opportunamente dimensionate (vedi allegato f, Attività produttive analisi e progetto) e la scelta è stata condotta secondo l'idea di non creare un unico grande polo commerciale produttivo, bensì quella di individuare siti idonei da integrare nel territorio secondo criteri di accessibilità, adeguata distanza dal centro abitato, situazione orografica dei terreni.

Inoltre si è tenuto conto della presenza di attività commerciali produttive già operanti, di edifici in disuso per i quali si prevede la ricoverione anche in esecuzione a sentenze passate in giudicato, perchè rispondenti alle caratteristiche richieste per la classificazione a zone produttive commerciali.

In particolare tre nuclei sono stati individuati in prossimità del contesto della stazione ferroviaria, che traggono accesso rispettivamente dalla via Parisi, dalla via Rammacca e dalla via Federio II, interessati dalla presenza di capannoni ed edifici industriali di vario genere, attualmente per la maggior parte in disuso.

Un altro nucleo è posto a confine con il territorio di Santa Flavia, a valle della statale 113, ed è caratterizzato in parte dalla presenza di capannoni esistenti in attività e in disuso, in parte dalla presenza di aree libere.

Un ulteriore nucleo è stato individuato in contrada Monaco, nei pressi della centrale Enel, che comprende quell'area dove era già operante un piano per gli insediamenti produttivi discendente dal precedente P.R.G. annullato con sentenza del C.G.A. nr. 960/10 passata in giudicato.

PIANIFICAZIONE COMMERCIALE PER ESERCIZI DI VICINATO, MEDIE STRUTTURE E GRANDI STRUTTURE ALIMENTARI E NON

Per una corretta pianificazione commerciale dovrà tenersi conto **dell'indice di equilibrio**, dove la superficie di riferimento è quella autorizzata. Quindi la superficie autorizzata costituisce il punto fondamentale e necessario per il calcolo dell'indice stesso.

Alla base del calcolo dell'indice di equilibrio è il presupposto di mantenere una sostanziale parità tra la presenza di esercizi di vicinato da un lato e le medie e grandi strutture di vendita dall'altro, l'indice va verificato separatamente tra i settori alimentari e non alimentari e scaturisce da una frazione numerica dove al numeratore viene posta la sommatoria delle superfici di vendita degli esercizi di vicinato, al denominatore viene posta la sommatoria delle superfici di vendita delle medie e grandi strutture di vendita.

Indice uguale a 1

Significa che fra esercizi di vicinato e quelli di media e grandi distribuzione esiste un perfetto equilibrio, in questo caso non saranno consentite:

- 1) le medie strutture di vendita;
- 2) ampliamento di vicinato in medie strutture di vendita;
- 3) ampliamento di medie strutture di vendita in grandi strutture di vendita.

Indice superiore ad 1

Significa che gli esercizi di vicinato sono più diffusi di quanto non lo siano le medie e grandi strutture di vendita, ciò evidenzia la possibilità di autorizzare nuove aperture ed ampliamenti delle medie strutture di vendita, fino al raggiungimento dell'equilibrio.

Indice inferiore ad 1

Significa che le medie e grandi strutture di vendita sono più diffuse di quanto non lo siano quelle di vicinato. Ciò evidenzia uno squilibrio nella rete commerciale comunale.

L'indice dovrà calcolarsi in termini reali e sarà aggiornato ogni volta che varia la rete di vendita al dettaglio con gli esercizi di vicinato.

Allo stato attuale la città di Bagheria è dotata di:

SETTORE ALIMENTARE	
Esercizi di vicinato	Mq 11.980,00
Medio struttura di vendita	Mq 5.319,00
Grandi strutture di vendita	Mq 0.00
TOTALE	Mq 17.299,00

SETTORE NON ALIMENTARE E MISTO	
Esercizi di vicinato	Mq 61.394,00
Medio struttura di vendita	Mq 25.313,00
Grandi strutture di vendita	Mq 5.615,00
TOTALE	Mq 92.322,00

Pertanto si ha per il **settore alimentare** un indice pari a 2,25 quindi potranno essere autorizzate nuove aperture ed ampliamenti delle medie strutture di vendita, fino al raggiungimento dell'equilibrio . Determinandosi quindi la **SVAM**, cioè la superficie di vendita autorizzabile per le medie strutture di vendita e la **SVAG**, la superficie di vendita autorizzabile per le grandi strutture di vendita.

Pertanto si ha per il **settore non alimentare** e misto un indice pari a 1.98, quindi potranno essere autorizzate nuove aperture ed ampliamenti delle medie strutture di vendita, fino al raggiungimento dell'equilibrio. Determinandosi quindi la **SVAM**, cioè la superficie di vendita autorizzabile per le medie strutture di vendita e la **SVAG**, la superficie di vendita autorizzabile per le grandi strutture di vendita.

NORME TECNICHE DI ATTUAZIONE

ART. 1

Norme Generali

Le presenti norme tecniche di attuazione disciplinano la pianificazione Urbanistica Commerciale nell'intero territorio Comunale con riferimento alle singole zone territoriali omogenee di P.R.G.

La pianificazione commerciale non prevede la localizzazione di centri commerciali in tutto il territorio comunale ma prevede grandi strutture di vendita ed esercizi di vendita nei limiti stabiliti negli articoli successivi.

Le presenti norme costituiscono parte integrante alle norme tecniche di attuazione del P.R.G. e del Piano Particolareggiato esecutivo del Centro Storico e si applicano nel Comune di Bagheria a partire dalla data di esecutività del relativo provvedimento di approvazione.

ART.2

Suddivisione del territorio in Z.T.O.

Con riferimento al piano regolatore generale a cui le presenti norme si riferiscono, il territorio comunale è suddiviso nelle seguenti zone:

ZONE A: parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono carattere storico, artistico e di particolare pregio ambientale o da porzioni di essi, comprese le parti circostanti, che possono considerarsi parte integrante per tali caratteristiche, degli agglomerati stessi e/o complessi che abbiano caratteristiche di particolare interesse storico, artistico, ambientale e architettonico:

- A1 edifici e/o complessi di valore storico artistico e monumentale con pertinenze, giardini storici e aree di contesto;
- A2 tessuti urbani di valore storico ambientale.

ZONE B: comprendono le parti del territorio totalmente o parzialmente edificate, con l'esclusione di quelle rientranti nelle precedenti zone A:

- B1 Aree di completamento;
- B2 Aree urbane con sotto utilizzazioni delle cubature e fenomeni diffusi di abusivismo edilizio
- B3 Aree urbane di margine di completamento;
- B4 Aree urbane di completamento e/o saturate con piani urbanistici esecutivi operanti, piani di lottizzazione e piani di zona;
- B5 Aree urbane di margine con sottoutilizzazione delle cubature e fenomeni diffusi di abusivismo edilizio – Zona di compensazione.

ZONE C: comprendono le parti del territorio destinate a nuovi insediamenti prevalentemente residenziali:

- C1 espansione urbana con tipologia in linea e/o a schiera;
- C2 espansione urbana con tipologia edilizia case singole e/o a schiera;
- C3 espansione urbana con tipologia edilizia case singole e/o a schiera – zona di compensazione;

ZONE D: comprendono le parti del territorio destinate agli insediamenti produttivi, industriali, artigianali, alla lavorazione e trasformazione di prodotti agricoli e alle attività commerciali e turistiche già occupate da impianti e attrezzature esistenti e/o destinate a nuovi insediamenti:

- D1 "Aree per attività produttive artigianali, commerciali ,fieristiche e distributori carburanti";
- D2 "Aree per attività produttive artigianali, industriali e del pescato di Aspra";
- D3 "Aree per attività turistica ricettiva alberghiera";
- D4 "Aree per attività artigianale e di trasformazione con la possibilità di ubicare i frantoi";
- D5 "Aree per stalle, ricoveri ed allevamenti intensivi di animali ed attività legate alla zootecnia";
- D6 "Aree per industrie", già ceduta al Consorzio per le Aree di Sviluppo Industriale (ASI),
- Ds "Aree per attività legate alla cultura, tempo libero, a servizio dello sport, per spettacoli viandanti, parchi ludici, e camperservice";
- Dcc "Aree per ricovero cani";
- Dm "Area per il mercato aperto settimanale";
- Da "Aree per attività assistenziali";
- Dp "Aree per parcheggio auto e mezzi pesanti";
- Di " Aree per lo stoccaggio di inerti con bonifica ambientale";
- Dc "Aree per attrezzature ricettive all'aria aperta con campeggi";

ZONE E: comprendono le aree destinate all'attività e alla produzione agricola e forestale:

- E1 parti del territorio destinate ad usi agricoli;
- E2 boschi e fasce forestali;

ZONE F1: comprendono le parti di territorio destinate a servizi ed attrezzature d'uso pubblico, a impianti pubblici e privati di interesse generale intercomunale ed urbano:

Attrezzature pubbliche di interesse generale normate dal D.I.1444/ '68

- Is attrezzature per l'istruzione superiore (1,5mq/ab - D.I. 1444/ '68 Istituti universitari esclusi)
- H attrezzature sanitarie e ospedaliere (1 mq/ab - D.I. 1444/ '68)
- PP parchi pubblici e/o di uso pubblico urbani e territoriali;

Attrezzature pubbliche di interesse generale non normate dal D.I. 1444/ '68

- FA attrezzature per la cultura e la formazione;
- FB attrezzature dello stato e di presidio territoriale;
- FC attrezzature per impianti e stazione ferroviaria;
- FD mercato ortofrutticolo;
- FE impianti tecnologici;
- FF cimitero;
- FG per la cultura sport e tempo libero;

ZONE F2

Attrezzature pubbliche di interesse collettivo - aree per l'istruzione (D.I. 2 aprile nr. 1444):

- An asili nido;
- Am scuole materne;
- Ie scuole elementari;
- Sm scuole medie.

Attrezzature pubbliche di interesse collettivo - aree per attrezzature di interesse comune (D.I.2 aprile nr. 1444):

- Ch attrezzature religiose (parrocchie);

- Cu attrezzature amministrative;
- Ca attrezzature sociali e assistenziali;
- Cc attrezzature culturali;
- Cs attrezzature sanitarie;
- Ct attrezzature per la tutela ambientale stalle sociali e canile comunale.

Spazi pubblici attrezzati a parco per il gioco e per lo sport, aree per parcheggi (D.I. 2 aprile nr. 1444):

- Vp verde urbano attrezzato a parco;
- Vs verde attrezzato per lo sport;
- P aree per parcheggi.

ART. 3 **Sistema residenziale**

Il sistema residenziale è suddiviso nelle seguenti zone **A, B, e C**.

3.1 La tutela del centro storico, anche sotto il profilo commerciale, ha lo scopo di “qualificare la presenza delle attività commerciali e artigianali, in grado di svolgere soprattutto un servizio di vicinato ed evitare il processo di espulsione delle attività commerciali ed artigianali non nocive”. Dovranno essere vietate le grandi strutture di vendita. Sono fatte salve le medie strutture preesistenti. Andranno incentivate le politiche di nuovi insediamenti commerciali al dettaglio, nella zona del centro storico, con particolare riferimento al potenziamento degli assi commerciali, corso Umberto, corso Butera, via Mattarella e via Libertà.

Potranno realizzarsi medie strutture di vendita e potranno consentirsi deroghe, previa monetizzazione, relativamente alle superfici da asservire a parcheggio, per le medie strutture di vendita. All’interno delle zone “A2” è sempre consentita l’attività commerciale di dettaglio, massimo mq 500, sono altresì consentiti studi professionali e piccole attività artigianali non nocive, massimo 200 mq e compatibili con la residenza; le suddette attività sono altresì consentite nei piani superiori degli edifici, fermo restando il suddetto limite massimo di mq 500, nel rispetto delle norme sull’abbattimento delle barriere architettoniche e di sicurezza statico strutturale.

3.1.1 Con successivi separati provvedimenti l’Ufficio competente per il commercio di concerto con la Direzione Urbanistica potrà predisporre, Programmi Integrati per la rivitalizzazione della rete distributiva. Poiché in tali ambiti possono essere ricondotti i programmi per la tutela dei centri storici (progetti di valorizzazione commerciale di cui al comma 1 e 2 dell’art. 13 del D.P. 11 luglio 2000), all’interno degli stessi sono comprese porzioni di tessuto urbano su cui agiscono i programmi per la tutela dei centri storici .

All'interno di tali ambiti, potranno trovare localizzazione, ove necessario, nel rispetto dei programmi sopra citati, esercizi di vicinato o prossimità che prevedono di favorire la nascita di centri commerciali naturali e distretti commerciali come aggregazione di unità di vendita (associazioni di strada o piazza).

3.2 All'interno delle zone "B1, B2, B3, B4, B5, C1, C2 e C3" è sempre consentita l'attività commerciale di dettaglio, massimo mq 700, sono altresì consentiti, studi professionali e piccole attività artigianali non nocive, massimo 350 mq e compatibili con la residenza, le suddette attività sono consentite nei piani superiori degli edifici fermo restando il suddetto limite massimo di mq 700, nel rispetto delle norme sull'abbattimento delle barriere architettoniche e di sicurezza statico strutturale. Fatte salve le strutture commerciali esistenti e casi di subentro.

ART 4

Sistema Produttivo e commerciale

Il Sistema Produttivo e commerciale è suddiviso nelle seguenti zone omogenee, D1, D2, D3, D4, D5, D6, inoltre per dare adeguate risposte alle varie esigenze del territorio, registrate in maniera esogena dall'Amministrazione, relative a tutte quelle attività che fanno parte di una dinamica in evoluzione e di rinnovamento rispetto alla tradizionale domanda ed offerta del sistema imprenditoriale, il P.R.G. ha individuato idonee aree denominate Ds, Dcc, Dm, Da, Dp, Di e Dc, come sopra meglio descritte.

4.1 Zona "D1" : *Aree per attività produttive artigianali, commerciali fieristiche e distributori carburanti*"; è sempre consentita l'attività commerciale di dettaglio ed all'ingrosso, potranno realizzarsi medie e grandi strutture di vendita, quest'ultime con un massimo di mq 5.000, sono consentite altresì attività artigianali non nocive.

4.2 Zona "D2" *Aree per attività produttive artigianali, industriali e del pescato di Aspra*; tale zona è legata ad attività produttive artigianali, industriali e del pescato di Aspra, è definito nel contesto dell'area dell'Aspra, che prioritariamente, ha la finalità di accogliere le iniziative produttive legate alla trasformazione del pescato, attività molto frenetica nella tradizione della frazione di Aspra, organizzata a livello artigianale e industriale. A seguito del soddisfacimento della domanda legata alle attività del pescato, l'area potrà comunque accogliere anche attività artigianali ed industriali di altro tipo, fermo restando il rispetto delle norme di sicurezza ed igienico sanitario.

E' sempre consentita l'attività commerciale di dettaglio ed all'ingrosso dei prodotti provenienti

dall'attività artigianale svolta all'interno della zona, a condizione che l'attività commerciale non superi 1000 mq..

4.3 Zona "D3" *Aree per attività turistica ricettiva alberghiera;* le attività commerciali ed artigianali nella zona D3, turistico ricettiva alberghiera sono consentite con riguardo ad un progetto unitario di realizzazione di un impianto turistico a condizione che le stesse complessivamente non superano il limite massimo del 10% della superficie dell'impianto, fermo restando che le attività commerciali rientrano nei limiti stabiliti per gli esercizi di vicinato. Non vi è possibilità di impiantare attività commerciali ed artigianali autonome, in assenza della struttura turistica ricettiva, all'interno delle zone D3.

4.4 Zona "D4" *Aree per attività artigianale e di trasformazione con la possibilità di ubicare i frantoi;* tale zona è legata ad attività produttive artigianali e industriali di trasformazione di prodotti, quali la lavorazione di materie prime per dare il prodotto finito, legate alle infrastrutture edilizie e stradali, oltre che del materiale proveniente dalla raccolta differenziata, inoltre nell'area è possibile ubicare i frantoi, fermo restando il rispetto delle norme di sicurezza ed igienico sanitario.

E' sempre consentita l'attività commerciale di dettaglio ed all'ingrosso dei prodotti provenienti dall'attività artigianale svolta all'interno della stessa zona territoriale, a condizione che l'attività commerciale non superi 1000 mq.

4.5 Zona "D5" *Aree per stalle, ricoveri ed allevamenti intensivi di animali ed attività legate alla zootecnia;* tale zona è legata ad attività produttive di allevamenti intensivi di animali, è possibile la realizzazione di stabilimenti di produzione e vendita al dettaglio e all'ingrosso sia di prodotti caseari che di carni, proveniente dagli allevamenti stessi, fermo restando il rispetto delle norme di sicurezza ed igienico sanitario e che le attività commerciali rientrano nei limiti stabiliti per gli esercizi di vicinato.

4.6 Zona "D6" *Aree per industrie, già ceduta al Consorzio per le Aree di Sviluppo Industriale (ASI);* è legata alle "industrie" ed è stata ceduta al Consorzio per le Aree di Sviluppo Industriale (ASI), della Provincia di Palermo con deliberazione consiliare nr. 72 del 16/07/2003, ed è regolamentata dal P.R.G. Consortile (P.R.G.C.) adottato con delibera del Consiglio Generale nr. 7 del 06/05/2004, reso esecutivo con delibera del Consiglio Generale nr. 12 del 26/07/2006. Nell'area non è consentita alcuna attività commerciale.

4.7 Zona "Ds" *Aree per attività legate alla cultura, tempo libero, a servizio dello sport, per spettacoli viandanti, parchi ludici, e camperservice";* nelle suddette zone sono consentite le attività commerciali e artigianali costituenti servizi connessi alla funzionalità delle zone, a condizione che le stesse complessivamente non superano il limite massimo del 3% della superficie dell'impianto, fermo restando che le attività commerciali rientrano nei limiti stabiliti per gli esercizi di vicinato.

4.8 Zona "Dcc" *Aree per ricovero cani; è legata alle "attività per ricovero cani" con possibilità di realizzare **cimiteri per cani e ambulatorio veterinario con ricovero**, nell'area sono consentite soltanto attività commerciali ed artigianali connesse all'uso specifico della zona a condizione che le stesse complessivamente non superano il limite massimo del 2% della superficie dell'impianto, fermo restando che le attività commerciali rientrano nei limiti stabiliti per gli esercizi di vicinato;*

4.9 Zona "Dm" *Area per il mercato all'aperto;* le suddette aree, destinate al mercatino all'aperto e del mercato del contadino, possono essere attrezzate esclusivamente all'uso commerciale all'aperto, previa suddivisione in piazzuole di vendita della superficie massima di mq 50;

4.10 Zona "Da" *Aree per attività assistenziali;* Nelle suddette zone sono consentite le attività commerciali e artigianali costituenti servizi connessi alla funzionalità delle zone, a condizione che le stesse complessivamente non superano il limite massimo del 3% della superficie dell'impianto, fermo restando che le attività commerciali rientrano nei limiti stabiliti per gli esercizi di vicinato;

4.11 Zona "Dp" *Aree per parcheggio auto e mezzi pesanti;* nell'area non è consentita alcuna attività commerciale o artigianale;

4.12 Zona "Di" *Aree per lo stoccaggio di inerti con bonifica ambientale;* nell'area sono consentite soltanto attività commerciali ed artigianali connesse all'uso specifico della zona a condizione che le stesse complessivamente non superano il limite massimo del 2% della superficie dell'impianto, fermo restando che le attività commerciali rientrano nei limiti stabiliti per gli esercizi di vicinato;

4.13 Zona "Dc" *Aree per attrezzature ricettive all'aria aperta con campeggi;* Le attività commerciali ed artigianali nella zona Dc, sono consentite con riguardo ad un progetto unitario di realizzazione di un impianto turistico all'aperto a condizione che le stesse complessivamente non superano il limite massimo del 3% della superficie dell'impianto, fermo restando che le attività

commerciali rientrano nei limiti stabiliti per gli esercizi di vicinato. Non vi è possibilità di impiantare attività commerciali ed artigianali autonome in assenza della struttura turistica ricettiva, all'interno delle zone Dc.

ART.5

Sistema Agricolo

Nelle zone agricole, individuate come zona "E1", parti del territorio destinate ad usi agricoli ed "E2", boschi e fasce forestali, non è consentito impiantare alcuna attività commerciale, solo nelle zone E1 è consentito l'impianto di attività produttive legate alla conduzione del fondo, con le limitazioni di cui all'art. 22 L.R. 71/78 e s.m.i..

La Normativa Urbanistica prevista nel P.R.G. per questo sistema consente relativamente alle attività commerciali nella zona Agricola, limitati e comunque modesti esercizi commerciali. Gli stessi sono dedicati alla vendita di prodotti agricoli. Sostanzialmente la previsione di attività commerciale è ridotta alla fattispecie di attività riconducibili all'agriturismo, a condizione che l'attività commerciale non supera il limite massimo del 2% della superficie della struttura impegnata dall'attività.

ART. 6

Sistema infrastrutturale e sistema dei servizi pubblici.

All'interno del sistema infrastrutturale e dei servizi pubblici, sono state indicate le zone F1 ed F2, con relative sottozone, all'interno delle quali sono consentite attività commerciali esclusivamente legate al servizio pubblico di P.R.G. , fermo restando che le attività commerciali rientrano nei limiti stabiliti per gli esercizi di vicinato, Per quanto riguarda le destinazioni d'uso, parco pubblico e Verde attrezzato è possibile la collocazione dei chioschi, previa approvazione del relativo piano.

ART.7

Dotazione minima di aree destinate a parcheggio pertinenziale per la clientela, al servizio degli esercizi di vicinato e media struttura di vendita, ai sensi della l.r. n. 28/99.

La legge regionale n. 28 del 22/12/1999 stabilisce i principi e le norme che regolano l'esercizio dell'attività commerciale, ha introdotto anche nuovi criteri di programmazione urbanistica a cui i Comuni devono attenersi.

Il D.P.R. dell'11/07/2000 pubblicato sulla GURS n. 35 del 28/07/2000, ai sensi dell'art. 5 commi 1,

2, 3, 4 della L.R. 28/99, fissa i criteri di programmazione urbanistica, riferiti al settore commerciale.

L'art. 3, comma 3, dell'allegato 1 del suddetto D.P.R. dell'11/07/2000, suddivide le tipologie fondamentali di esercizi commerciali, in termini di classi dimensionali, in modo seguente:

“a) esercizi di vicinato: gli esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 100 mq. nei Comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti; non superiore a 150 mq. nei Comuni con popolazione residente compresa tra 10.000 e 100.000 abitanti; non superiore a 200 mq. nei Comuni con popolazione superiore a 100.000 abitanti;

b) medie strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie compresa tra 101 e 600 mq. nei Comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti; compresa tra 151 e 1.000 mq. nei Comuni con popolazione residente compresa tra 10.000 e 100.000 abitanti; con superficie compresa tra 201 e 1.500 mq. nei Comuni con popolazione residente superiore a 100.000 abitanti;

c) grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita a seconda delle classi demografiche dei Comuni.”

L'art. 16 dello stesso allegato individua anche i criteri per il reperimento della dotazione minima di aree destinate a parcheggio pertinenziale, al servizio delle diverse tipologie distributive ed in funzione dei settori merceologici, in assenza della quale non risulta possibile procedere al rilascio di autorizzazioni/concessioni edilizie per cambio di destinazione, da altri usi ad attività commerciali.

Si riporta di seguito l'art. 16 suddetto:

"Art. 16

Dotazioni di parcheggi pertinenziali; disciplina delle aree di sosta

1. Parcheggi pertinenziali di uso comune: definizione e misure. I parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni, o porzioni di aree o costruzioni, adibiti al parcheggio dei veicoli, al servizio esclusivo di un determinato insediamento.

Nei parcheggi pertinenziali le dimensioni lineari del singolo posto auto, al netto degli spazi di manovra, non devono essere inferiori a ml. 2,5 x 4,8.

La superficie convenzionale di un "posto auto", comprensiva dei relativi spazi di disimpegno, si considera pari a mq. 25.

2. Localizzazione e organizzazione dei parcheggi pertinenziali di uso comune. I parcheggi pertinenziali di un esercizio commerciale o centro commerciale devono essere di uso comune, cioè destinati a tutti i clienti. Pertanto devono essere collocati e organizzati in modo da essere

accessibili liberamente e gratuitamente dai clienti stessi; possono trovarsi all'interno di recinzioni, salvo norme contrarie della disciplina urbanistica comunale, ma in tale caso le chiusure degli accessi devono essere eventualmente operanti solamente nelle ore e nei giorni in cui l'attività di cui sono pertinenza è chiusa.

I parcheggi pertinenziali sono generalmente localizzati nello stesso complesso edilizio che contiene l'unità o le unità immobiliari di cui sono pertinenza; possono altresì essere localizzati anche in altra area o unità edilizia posta in un ragionevole raggio di accessibilità pedonale (di norma entro 300 metri), purchè permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale, e purchè collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiedi, attraversamenti segnalati) e privo di barriere architettoniche.

I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area distinta dagli spazi pubblici per attività collettive, verde pubblico e parcheggi pubblici, senza sovrapposizioni.

Nel caso di strutture di vendita con più di 100 dipendenti è opportuno che nell'ambito dei parcheggi pertinenziali sia individuata una porzione specifica destinata ai dipendenti della struttura di vendita.

Nel caso di strutture di vendita con parcheggi pertinenziali per una capacità complessiva superiore ai 100 posti-auto, e dislocati in più gruppi di posti auto con accessi differenziati, è prescritto l'impianto di segnalamento automatico che indirizzi gli utenti verso l'accesso più opportuno in relazione alla disponibilità di posti.

In ogni caso devono essere assicurate efficaci soluzioni di accesso e adottati tutti gli accorgimenti necessari ad agevolare la fruizione dei parcheggi e l'accessibilità da questi ai punti di vendita, con particolare riferimento al superamento delle barriere architettoniche.

3. Caratteristiche tipologiche dei parcheggi pertinenziali. I parcheggi pertinenziali possono essere realizzati in superficie e alberati, oppure in soluzioni interrato o fuori terra, anche multipiano, secondo i limiti di edificazione stabiliti dal P.R.G.

Nel caso di grandi parcheggi sono da preferire, nella disciplina urbanistica comunale, le soluzioni interrato e/o pluripiano, le quali rendano minima l'estensione della superficie che viene impermeabilizzata.

Tali soluzioni sono da prescrivere in particolare nel caso di parcheggi pertinenziali di capacità superiore a 100 posti-auto in aree ad elevata permeabilità, quali i terrazzi fluviali e i conoidi di pianura.

4. Dotazione minima di aree destinate a parcheggi pertinenziali per la clientela. Gli strumenti

urbanistici comunali stabiliscono le dotazioni necessarie di parcheggi pertinenziali per la clientela, in relazione alle diverse tipologie distributive e ai settori merceologici in cui operano, rispettando comunque i seguenti valori minimi:

a) esercizi di vicinato: va richiesta di norma la medesima dotazione, in termini quantitativi, che è richiesta per la funzione residenziale, fermo restando che si deve trattare di spazi aperti direttamente accessibili da parte della clientela;

b) medie strutture di vendita alimentari o miste: va richiesta una dotazione di mq. 1,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

c) medie strutture di vendita non alimentari: va richiesta una dotazione di mq. 0,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

d) grandi strutture di vendita alimentari o miste con superficie inferiore ai 5.000 mq.: va richiesta una dotazione di mq. 2,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

e) grandi strutture di vendita non alimentari con superficie di vendita inferiore a 5.000 mq.: va richiesta una dotazione di mq. 1,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

f) grandi strutture di vendita alimentari o miste con superficie superiore ai 5.000 mq.: va richiesta una dotazione di mq. 2,5 per ogni metro quadrato di superficie di vendita;

g) grandi strutture di vendita non alimentari con superficie di vendita superiore ai 5.000 mq.: va richiesta una dotazione di mq. 2,0 per ogni metro quadrato di superficie di vendita.

h) centri commerciali: la dotazione di parcheggi pertinenziali è calcolata distintamente:

- per le medie e grandi strutture di vendita in esso presenti secondo le tipologie sopra indicate, la dotazione richiesta è quella riportata alle lettere b), c), d), e) ed f) di cui sopra;

- per la rimanente parte degli esercizi commerciali, per le attività paracommerciali ed altre attività di servizio in esso presenti, la dotazione di parcheggio pertinenziale per la clientela è prevista in mq. 1,0 per ogni metro quadro di superficie lorda di pavimento.

Le dotazioni di parcheggio pertinenziale per la clientela sopra indicate assorbono eventuali ulteriori dotazioni di parcheggi pertinenziali prescritte da norme statali e regionali.

La disponibilità delle aree per parcheggio, nelle misure indicate, costituisce requisito essenziale per il rilascio dell'autorizzazione per la vendita al dettaglio ed il venir meno di tale requisito oggettivo costituisce motivo di revoca della medesima.

5. Casi di possibile riduzione delle dotazioni di parcheggio. Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione ed al consolidamento della rete distributiva preesistente, i Comuni possono richiedere dotazioni di parcheggio pertinenziale inferiori a quelle

indicate al precedente comma 4 nei soli seguenti casi:

a) nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di cui al precedente articolo 13, qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga in misura significativa a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri, e purchè gli interventi siano limitati alla ristrutturazione edilizia e al cambio di destinazione d'uso. Le dotazioni di cui al precedente comma 4 sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;

b) nel caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata;

c) nel caso la realizzazione di centri commerciali al dettaglio nei centri storici e/o in altre aree urbane a forte vocazione commerciale determini dei flussi di traffico aggiuntivo.

Nei casi delle lettere a), b) e c) sopra indicati il Comune può richiedere in alternativa la "monetizzazione" parziale o totale delle dotazioni prescritte in materia di aree di parcheggi pubblici e verde pubblico. Le risorse finanziarie in tal modo acquisite dai Comuni sono riservate al reperimento e alla realizzazione di parcheggi pubblici e verde pubblico, alla realizzazione di opere di arredo urbano ed al miglioramento dell'accessibilità con mezzi pubblici o piste ciclabili nell'ambito del contesto urbano coinvolto dall'insediamento commerciale.

6. Posti per motocicli e biciclette. In aggiunta alle dotazioni prescritte di posti-auto, la strumentazione urbanistica comunale può prescrivere adeguate dotazioni di posti per motocicli e per biciclette, con particolare riferimento alle medie strutture di vendita.

7. Aree per il carico e lo scarico delle merci. Le grandi strutture di vendita devono essere dotate di un'area pertinenziale riservata alle operazioni di carico e scarico merci e al parcheggio dei veicoli merci, dimensionata secondo le esigenze attese.

Detta area deve essere delimitata rispetto alle aree di parcheggio con un'idonea segnaletica orizzontale e verticale e deve essere raccordata con l'innesto sulla viabilità pubblica con un percorso differenziato rispetto ai percorsi dei veicoli dei clienti.

Per le grandi strutture di vendita è inoltre preferibile, ove possibile, realizzare due innesti separati, per le merci e per la clientela, su strade pubbliche diverse.

8. Regolamentazione delle aree di sosta. I Comuni, privilegiando norme di autoregolamentazione concertata, disciplinano l'orario di carico e scarico delle merci nell'ambito dei centri storici, cercando di concentrarlo nelle ore di minor traffico ed evitando lo sviluppo dell'inquinamento

acustico.

I Comuni, nel disciplinare la sosta su suolo pubblico, devono considerare che per la vitalità del commercio nei centri storici e nei luoghi del commercio in generale deve essere privilegiata la possibilità di parcheggio gratuito, sia pure per breve durata. In tali ambiti territoriali le medie e grandi strutture di vendita devono dimostrare la disponibilità di parcheggio, anche attraverso apposito convenzionamento con infrastrutture già operanti.

In alternativa il Comune, nei propri strumenti urbanistici generali o particolareggiati, deve prevedere apposita normativa per la monetizzazione, in modo da contribuire alla costituzione di un fondo destinato al finanziamento della realizzazione di parcheggi di iniziativa pubblica dedicati alle zone di prevalente insediamento commerciale."

Per l'attuazione della pianificazione urbanistica commerciale, finalizzata alla promozione delle componenti produttive del territorio, al miglioramento della qualità urbana ed alla valorizzazione commerciale, per la finalità di cui alla legge 22/12/1999 n. 28, nonché per le previsioni all'art. 16, comma 4e con le limitazioni di cui all'art. 16, comma 4, lett. a) dell'allegato 1 del Decreto Presidenziale 11/07/2000, nei casi di possibile riduzione delle dotazioni di parcheggio di cui al comma 5 dello stesso 16, qualora sia dimostrata l'impossibilità di reperimento della dotazione minima di parcheggio, è consentito, in alternativa al reperimento stesso, ai sensi dell'art. 16, terzo capoverso del comma 8, dell'allegato 1 del D.P.R. dell'11/07/2000, la monetizzazione totale o parziale della dotazione di parcheggio prescritta.

Le somme derivanti dalla monetizzazione di cui al precedente articolo devono contribuire alla costituzione di un fondo, destinato al finanziamento della realizzazione di parcheggi di iniziativa pubblica, dedicati alle zone di prevalente insediamento commerciale, previsto al comma 5 dell'art. 16 dell'allegato 1 del Decreto Presidenziale 11/07/2000.

A tal fine l'Amministrazione Comunale di Bagheria ha già istituito nel proprio bilancio finanziario corrente apposito capitolo di entrata per le finalità sopra descritte e che dovrà essere mantenuto nei successivi esercizi finanziari.

L'ammontare dell'importo della monetizzazione, deve risultare dal valore d'esproprio del terreno, da destinare a parcheggio pubblico, incrementato dall'importo che tiene conto del costo di realizzazione delle opere.

Fatta un'indagine presso l'ufficio espropriazioni di questo Comune, è risultato che per le aree a parcheggio, ultimamente espropriate, è stata determinata un'indennità che varia a seconda della

ubicazione del terreno, raggiungendo un importo massimo di 40,00 €/mq nella zona di via Mattarella e, pertanto, può ritenersi congruo un importo medio di 20,00 €/mq.

Il costo delle opere di urbanizzazione per la realizzazione del parcheggio, secondo gli oneri vigenti nell'anno 2011, calcolati con determinazione di questo Sett ore n° 87 del 31/12/10, ammontano ad € 101,13 al mq.

Per l'anno 2012, pertanto, l'importo va calcolato sulla base di € 121,00 (centoventuno) per ogni metro quadrato di area da reperire.

Per gli anni successivi il superiore importo sarà soggetto a variazione, tenuto conto degli aggiornamenti ISTAT e delle variazioni delle indennità di esproprio.

Per la finalità sopra espresse i richiedenti, a corredo delle comunicazioni di avvio di esercizi commerciali, dovranno far pervenire formale dichiarazione di piena accettazione di tutti gli obblighi aggiuntivi eventualmente derivanti dalla nuova pianificazione.

Il provvedimento comunale autorizzativo dell'attività commerciale, viene rilasciato, previa monetizzazione dell'area equivalente di parcheggio o previa dimostrata esistenza della dotazione di area di parcheggio pertinenziale nella quantità prevista dal Decreto Presidenziale 11/07/2000.

ART.8

norme per le strutture commerciali esistenti

A partire dalla data di esecutività del presente atto sono ammessi solo i seguenti interventi.

8.1 – Mantenimento delle Medie Strutture di Vendita in edifici a destinazione commerciale esistenti

Ampliamento delle Medie Strutture di Vendita in edifici a destinazione commerciale esistenti a condizione che siano verificati gli standard di parcheggi in relazione all'ampliamento richiesto. La possibilità di ampliamento è utilizzabile per una sola volta nell'arco del quinquennio.

E' inoltre consentito il trasferimento delle Medie Strutture di Vendita esistenti, nelle nuove localizzazioni di Medie Strutture di Vendita. L'esercizio di Media Struttura di Vendita nella nuova localizzazione dovrà mantenere lo stesso settore merceologico (alimentare, non alimentare e misto) dell'esercizio originario.

8.2 – Mantenimento delle Grandi Strutture di Vendita in edifici a destinazione commerciale esistenti .

Ampliamento delle Grandi Strutture di Vendita in edifici a destinazione commerciale esistenti fino

ad un massimo del 15% della attuale superficie di vendita a condizione che siano verificati gli standard di parcheggi in relazione all'ampliamento richiesto. La possibilità di ampliamento è utilizzabile per una sola volta nell'arco del quinquennio.

E' inoltre consentito il trasferimento di Grandi Strutture di Vendita esistenti nelle nuove localizzazioni di Grandi Strutture di Vendita. L'esercizio di Grande Struttura di Vendita, nella nuova localizzazione dovrà mantenere lo stesso settore merceologico (alimentare, non alimentare e misto) dell'esercizio originario.

8.3 – Realizzazione delle nuove Medie e Grandi Strutture di Vendita a condizione che siano verificati gli standard di parcheggi;

8.4 - Sono inoltre consentiti insediamenti di Medie strutture di vendita di carattere rionale, ad esclusione della zona A, derivanti dall'ampliamento degli esercizi di vicinato esistenti, per lo stesso settore merceologico, ad esclusione del settore alimentare, entro e non oltre il limite massimo, per ciascuna struttura rionale, di 700 mq., esclusivamente all'interno di edifici preesistenti alla data di entrata in vigore del presente piano ed a condizione che siano verificati gli standard di parcheggi e che l'intervento sia ammissibile ai sensi dei vigenti strumenti urbanistici .

**REGOLAMENTO COMUNALE DEL
COMMERCIO AL DETTAGLIO SU AREE PRIVATE IN SEDE FISSA**

Indice:

TITOLO I

PRINCIPI GENERALI

Art. 1 - Definizioni

Art. 2 - Disciplina normativa e criteri interpretativi

Art. 3 - Responsabile del Procedimento

Art. 4 - Sportello Unico delle Attività Produttive

TITOLO II

**COMMERCIO IN SEDE FISSA, FORME SPECIALI DI VENDITA E COMMERCIO SU
AREE PUBBLICHE**

CAPO I - NORME COMUNI

Art. 5 - Principi generali

Art. 6 - Strumenti di programmazione urbanistica commerciale

Art. 7 - Dotazione e caratteristiche dei parcheggi.

CAPO II - ESERCIZI DI VICINATO

Art. 8 - Comunicazioni ad efficacia differita

Art. 9 - Comunicazioni ad efficacia immediata

Art. 10 - Elementi della comunicazione e modalità di redazione

Art. 11 - Procedimento di controllo e di verifica delle comunicazioni ed atti ed effetti finali.

CAPO III - MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

Art. 12 - Procedimento autorizzatorio

Art. 13 - Comunicazioni ad efficacia immediata

Art. 14 - Elementi della domanda o della comunicazione e modalità di redazione e presentazione

Art. 15 - Procedimento di controllo e di verifica delle comunicazione

Art. 16 - Criteri e procedure per il rilascio dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita.

CAPO IV - GRANDI STRUTTURE

Art. 17 - Classificazione

Art. 18 - Criteri e procedure per il rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita

Art. 19 - Comunicazioni ad efficacia immediata

Art. 20 - Elementi della domanda o della comunicazione e modalità di redazione e presentazione

Art. 21 - Procedimenti di controllo e di verifica delle comunicazioni.

CAPO V - CENTRI COMMERCIALI

Art. 22 - Caratteristiche e definizione

Art. 23 - Procedure per l'autorizzazione dei Centri Commerciali

Art. 24 - Correlazione dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia e dell'autorizzazione all'apertura, trasferimento sede o ampliamento di superficie di una media o grande struttura.

CAPO VI - FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO

Art. 25 - Tipologie delle forme speciali di vendita

Art. 26 - Comunicazione: efficacia, elementi e modalità di redazione

Art. 27 - Procedimenti di controllo e verifica delle comunicazioni ed atti ed effetti finali

Art. 28 - Spacci interni

Art. 29 - Apparecchi automatici

Art. 30 - Vendita per corrispondenza o mediante sistemi di comunicazione

Art. 31 - Vendite a domicilio

Art. 32 - Propaganda a fini commerciali.

CAPO VII - COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

Art. 33 Rinvio

TITOLO III

DISPOSIZIONI PARTICOLARI E SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE

CAPO I - DISPOSIZIONI PARTICOLARI

Art. 34 - Subingresso

Art. 35 - Cessazione

Art. 36 - Affidamento di reparto

CAPO II - SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA'

Art. 37 - Disciplina degli orari e delle ferie

Art. 38 - Pubblicità dei prezzi

Art. 39 - Disposizioni generali sulle vendite straordinarie (di liquidazione, di fine stagione e promozionali)

Art. 40 - Vendite di liquidazione

Art. 41 - Vendite di fine stagione

Art. 42 - Vendite promozionali

Art. 43 - Commercio all'ingrosso ed al dettaglio Art. 44 - Attività temporanee di vendita

Art. 45 - Consumo di prodotti alimentari negli esercizi di vicinato

Art. 46 - Sospensione dell'attività

Art. 47 - Tutela del centro storico e degli esercizi storici e tradizionali

TITOLO IV

DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 48 - Disposizioni transitorie per le medie e grandi strutture di vendita

Art. 49 - Trattamento dei dati personali

Art. 50 - Sanzioni

Art. 51 - Abrogazioni ed efficacia

TITOLO I

PRINCIPI GENERALI

Art. 1 – Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intendono:

- a. per Decreto, il decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114 “Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell’articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997 n. 59”;
- b. per Legge Regionale, la Legge Regionale 22 dicembre 1999 n. 28 “riforma per la disciplina del commercio”;
- c. per Direttive e indirizzi di programmazione commerciale, il Decreto Presidenziale 11 luglio 2000;
- d. 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 ed è soggetta ad iscrizione nel Registro delle Imprese della competente C.C.I.A.A.;
- e. 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. Costituisce commercio al dettaglio anche l’attività che, pur assumendo veste, aspetto, immagine o denominazione formale diversa (mostra, esposizione, rappresentanza) viene esercitata in locali o aree aperti/e al pubblico e si concretizza nella vendita al consumatore finale dei prodotti esposti o in operazioni a ciò finalizzate (ricevimento dei potenziali clienti, visione, illustrazione e presentazione della merce, raccolta ordinativi, stipula contratti), essendo del tutto irrilevante l’adozione di particolari modalità quali la consegna differita. Sono fatte salve le speciali norme in materia di mostre, fiere ed esposizioni.
- f. per superficie di vendita di un esercizio commerciale, l’area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili, vetrine incluse (nella sostanza quella in cui sono esposte o collocate le merci e praticabile dal pubblico). Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, né le zone di passaggio antistanti le vetrine nei casi in cui si trovino all’esterno del negozio sul fronte strada o siano integrate con spazi di passaggio comuni ad altri esercizi commerciali. La superficie di vendita è

determinata, per ciascun esercizio commerciale, avendo riferimento soltanto all'area di calpestio del pavimento (non considerandosi cioè l'eventuale esistenza di più piani di appoggio per le merci, anche sovrapposti, in quanto ciò attiene all'arredo del locale) quale risulta dalle tavole allegate alla concessione o autorizzazione edilizia o DIA;

g. per esercizio commerciale, il luogo o lo spazio complessivamente utilizzato ed organizzato dall'imprenditore per lo svolgimento dell'attività di vendita. Più esercizi commerciali con distinti titolari possono coesistere all'interno dello stesso locale o struttura fermo restando che è la somma delle loro superfici di vendita ad individuare la tipologia dell'insediamento e la disciplina applicabile;

h. per esercizi di vicinato quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq.;

i. per medie strutture di vendita gli esercizi aventi superficie di vendita superiore a 150 mq. e fino a 1.000 mq.;

j. per grandi strutture di vendita gli esercizi aventi superficie di vendita superiore a 1.000 mq.;

k. per centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. La superficie di vendita di un Centro Commerciale è quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti;

l. grandi strutture di vendita di livello inferiore gli esercizi commerciali aventi una superficie di vendita superiore ai limiti delle medie strutture fino a 5.000;

m. grandi strutture di vendita di livello superiore gli esercizi commerciali aventi una superficie di vendita superiore ai 5.000 mq;

n. per aree commerciali integrate le aree per le quali lo strumento urbanistico comunale prevede espressamente la compatibilità per l'insediamento di grandi strutture di vendita e che possono comprendere la localizzazione di grandi e medie strutture di vendita integrate funzionalmente sulla base delle disposizioni di specifico strumento urbanistico attuativo;

o. per requisiti morali, i requisiti prescritti dall'art. 5 comma 2 e 4 del Decreto. Nei casi indicati in tali disposizioni anche la condanna emessa con l'annotazione di "non menzione" e come applicazione della pena su richiesta delle parti è ostativa all'esercizio dell'attività commerciale;

p. per requisiti professionali, i requisiti prescritti dall'art. 5 comma 5 del Decreto.

q. per SVAM la superficie di vendita autorizzabile per le medie strutture di vendita.

r. per la SVAG la superficie di vendita autorizzabile per le grandi strutture di vendita.

Art. 2 - Disciplina normativa e criteri interpretativi

1. Il presente Regolamento disciplina l'organizzazione degli uffici, i procedimenti, gli atti e quant'altro non soggetto a riserva di legge nazionale o regionale in materia di commercio, nel rispetto delle indicazioni e delle disposizioni contenute nella normativa comunitaria, nazionale e regionale in materia.
2. Le norme contenute nel presente Regolamento vanno interpretate alla luce dei principi contenuti nella normativa comunitaria, statale e regionale e si intendono automaticamente abrogate o modificate con l'entrata in vigore di successive disposizioni normative in contrasto, siano esse di carattere comunitario, nazionale o regionale.
3. I riferimenti del presente regolamento a leggi, regolamenti ed altre norme si intendono estesi alle successive modifiche ed integrazioni delle stesse.

Art. 3 - Responsabile del Procedimento

1. Il Responsabile del Procedimento svolge tutti i compiti previsti dall'art. 6 della legge 241/1990 ed in particolare cura la corrispondenza con gli interessati o i controinteressati, ivi comprese le richieste di integrazioni di dati, dichiarazioni o documenti, le comunicazioni d'ufficio, provvede inoltre, **secondo quanto indicato dall'art.11 del presente regolamento**, ad assicurare adeguati controlli sulle dichiarazioni sostitutive ed alla trasmissione degli atti finali.
2. Restano salve le competenze dei Dirigenti responsabili per l'adozione degli atti finali dei singoli procedimenti nonché la loro responsabilità del procedimento nei casi previsti dal Regolamento Regionale.
L'ufficio comunale cointeressato ai procedimenti di cui al presente regolamento individua uno o più referenti cui il Responsabile del Procedimento rapporta per dar luogo ad un'organizzazione improntata a criteri di certezza, celerità, uniformità, omogeneità, efficienza ed efficacia.
3. L'elenco dei referenti è pubblico e di esso, insieme alle altre indicazioni di carattere organizzativo e procedimentale, è data la massima diffusione anche mediante la rete telematica.

Art. 4 – Sportello Unico per le Attività Produttive

Nei casi previsti dall'art. 24 – 1 ° comma – del presente Regolamento responsabile del procedimento è il responsabile dello Sportello Unico per le Attività Produttive che provvede, in collaborazione con il Dirigente, all'istruttoria ed al rilascio dell'autorizzazione unica.

TITOLO II
COMMERCIO IN SEDE FISSA, FORME SPECIALI DI VENDITA
E COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE
CAPO I - NORME COMUNI

Art. 5 - Principi generali

1. L'esercizio del commercio, nell'ambito delle limitazioni espressamente previste dalla legge, dal regolamento e dagli atti di indirizzo, nazionali e regionali, è fondato sul principio della libertà di iniziativa economica.

2. L'Amministrazione Comunale garantisce il contemperamento di tale diritto con le esigenze di tutela del pubblico interesse ed il perseguimento degli obiettivi di cui all'art. 2 della Legge Regionale mediante gli strumenti della programmazione urbanistica commerciale di cui alla Legge Regionale, al Regolamento Regionale ed alle Direttive di attuazione.

3. Tutte le domande e/o comunicazioni previste dal presente regolamento devono essere presentate o inviate esclusivamente al:

“Comune di Bagheria, Sportello Unico Per le Attività Produttive”

e devono essere compilate sugli appositi moduli predisposti e diffusi.

4. Tutti i termini per la conclusione dei singoli procedimenti, o parti di essi, indicati nel presente regolamento, decorrono esclusivamente dalla data di ricevimento/arrivo della domanda e/o della comunicazione presso la Direzione Sviluppo Economico.

5. Il commercio al dettaglio e le forme speciali di vendita devono essere esercitate nel pieno rispetto delle norme igienico-sanitarie.

Art. 6 - Strumenti di programmazione urbanistica commerciale

1. L'Amministrazione Comunale, qualora ne ravvisi l'esigenza o l'opportunità, può approvare con appositi provvedimenti, uno o più dei seguenti programmi, corredati di specifica regolamentazione delle attività commerciali:

a. programma per la tutela delle aree urbane interessate da fenomeni oggettivamente riscontrati di vulnerabilità della rete degli esercizi di vicinato;

b. programma per la tutela e la valorizzazione dei centri storici;

- c. programma integrato per la rivitalizzazione della rete.
2. La specifica regolamentazione commerciale introdotta con i succitati programmi tiene conto e si integra con quella prevista dal presente regolamento nonché con quella stabilita dagli ordinari strumenti di programmazione urbanistica, generali ed attuativi.
3. Di tali atti e programmi, salvi i diritti di accesso e le forme di pubblicità già previste e disciplinate dall'ordinamento, viene data la massima diffusione e pubblicità.
4. L'autorizzazione per l'apertura di una nuova grande struttura di vendita di tipologia A o B è negata, ai sensi dell'art. 6 comma 2 delle Direttive, ove lo strumento urbanistico non preveda espressamente la compatibilità della localizzazione della specifica tipologia di insediamento commerciale per il quale è richiesta l'autorizzazione.
5. L'autorizzazione per l'apertura di una media o grande struttura è negata ove l'insediamento risulti in contrasto:
- con gli strumenti urbanistici vigenti e con la relativa normativa;
 - con il Piano di Settore per il Commercio di cui alle disposizioni delle N. T.A. del P.R.G.C.;
 - con i programmi e la specifica regolamentazione commerciale introdotta di cui ai commi 1 e 2 del presente articolo;
 - con quanto disposto al successivo art. 7 del presente regolamento (dotazione e caratteristiche dei parcheggi);
 - con l'art. 9 delle Direttive (criteri di realizzazione dei raccordi viari). L'autorizzazione è altresì negata qualora:
 - non esista disponibilità della necessaria superficie di vendita autorizzabile (SVAM o SVAG)
 - sia negata, o comunque non rilasciata entro il termine di conclusione del procedimento inerente l'autorizzazione commerciale, la concessione o autorizzazione edilizia per la realizzazione dell'insediamento.

Art. 7 - Dotazione e caratteristiche dei parcheggi.

Per le dotazioni e caratteristiche dei parcheggi necessari per consentire l'insediamento degli esercizi commerciali, si fa riferimento a quanto specificatamente previsto dalla vigente disciplina urbanistica commerciale approvata dall'Amministrazione Comunale in attuazione del Decreto e delle Direttive e Regolamento Regionale di cui alla L. R. 28/99.

CAPO II - ESECIZI DI VICINATO

Art. 8 - Comunicazioni ad efficacia differita

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita fino a 150 mq., l'estensione o la variazione del settore merceologico sono soggetti a previa comunicazione al Comune da effettuare ai sensi dell'art. 5 del presente Regolamento.

2. La comunicazione di cui al presente articolo, purchè redatta nelle forme prescritte e completa degli elementi di cui al successivo art. 10, consente l'effettuazione dell'operazione e l'esercizio dell'attività, nella stessa indicata, decorsi almeno trenta giorni dalla data del suo ricevimento al Comune, secondo quanto specificato al comma 4 dell'art. 5 (cioè il trentunesimo giorno, conteggiando quello di ricevimento).

Art. 9 - Comunicazioni ad efficacia immediata

1. La cessazione dell'attività, il trasferimento della gestione o della proprietà, per atto tra vivi o per causa di morte, la riduzione della superficie di vendita e/o del settore merceologico di un esercizio di vicinato sono soggetti a preventiva comunicazione al Comune da effettuare ai sensi dell'art. 5 del presente regolamento.

La comunicazione di cui al presente articolo, purchè redatta nelle forme prescritte e completa degli elementi di cui al successivo art. 10, consente di subentrare nell'attività, di cessarla o di ridurre la superficie di vendita e/o il settore merceologico immediatamente, cioè nella stessa data in cui è ricevuta al Comune ai sensi del comma dell'art. 5 del presente regolamento.

Art. 10 - Elementi della comunicazione e modalità di redazione

1. La comunicazione di cui agli artt. 8 e 9 deve essere effettuata utilizzando esclusivamente l'apposita modulistica ai sensi dell'art. 10, comma 5, del Decreto, disponibile presso lo Sportello Unico per le attività produttive.

2. La comunicazione effettuata su modulistica diversa o su carta semplice non è efficace ed idonea a produrre alcuno degli effetti giuridici previsti dal Decreto – e quindi a conseguire gli scopi voluti dall'interessato – ed è conseguentemente respinta ed archiviata dandone comunicazione all'interessato.

3. Per ogni operazione deve essere presentata una apposita specifica comunicazione, salva la

sola ipotesi del trasferimento di sede con contestuale variazione (ampliamento o riduzione) della superficie di vendita.

4. La comunicazione deve essere presentata od inviata in triplice copia con tutte le firme in originale (titolare o legale rappresentante dell'impresa, altri amministratori o soci di cui all'art. 2 D.P.R. 252/1998, eventuale preposto) – una per il Comune, una per l'impresa ed una per la C.C.I.A.A. per la presentazione al Registro delle Imprese – e deve essere compilata in maniera completa e chiara con:

- la specificazione dell'operazione che si intende effettuare;
- l'indicazione di tutti i dati richiesti nel frontespizio e nelle sezioni corrispondenti all'operazione che interessa;
- le dichiarazioni prescritte dall'art. 7, comma 2 del Decreto, presenti e contenute – in relazione all'operazione che interessa – nello specifico modello, da rendersi barrando obbligatoriamente tutte le caselle relative ed integrandole con i dati eventualmente richiesti nonché sottoscrivendole.

In particolare nel QUADRO AUTOCERTIFICAZIONE, la dichiarazione, relativa al locale sede dell'esercizio, concernente il rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria, igienico-sanitaria, dei regolamenti edilizi e delle norme urbanistiche e quelle relative alla destinazione d'uso deve essere integrata con l'indicazione, nelle apposite righe, degli estremi dei provvedimenti che ne attestano l'idoneità e cioè:

- a) degli estremi della certificazione di agibilità dell'immobile da cui risulti la destinazione d'uso commerciale.
- b) degli estremi dell'autorizzazione sanitaria, ovvero, qualora non occorra, la non necessità della stessa.

I dati di cui ai punti a) e b) possono riguardare anche le richieste del certificato di agibilità o dell'autorizzazione sanitaria (se necessaria) in merito presentate ai competenti uffici, fermo restando l'obbligo del conseguimento dei provvedimenti prima di iniziare l'attività che risulterà altrimenti abusiva.

Alla comunicazione deve essere allegata fotocopia di un documento d'identità in corso di validità di ognuna delle persone che rendono e sottoscrivono dichiarazioni; nel caso di cittadini extracomunitari, questi debbono allegare fotocopia di valido permesso di soggiorno.

Deve essere inoltre effettuato il pagamento dei diritti d'istruttoria ed altri eventualmente previsti.

La mancanza, incompletezza o non leggibilità anche di una delle dichiarazioni o di uno dei dati e allegati di cui al precedente comma 4, comporta l'inidoneità e l'inefficacia della comunicazione, con conseguente suo rigetto e divieto di esercitare l'attività indicata.

Art. 11 - Procedimenti di controllo e verifica delle comunicazioni ed atti ed effetti finali

1. A seguito della presentazione o ricevimento delle comunicazioni di cui ai precedenti artt. 8 e 9, lo Sportello Unico per le Attività Produttive- procede alla verifica della loro regolarità e correttezza formale e cioè della presenza, completezza e leggibilità di tutti gli elementi – dati, dichiarazioni, allegati - richiesti.

Non è necessaria formale comunicazione di avvio del procedimento, valendo a tale effetto la ricevuta rilasciata dallo Sportello Unico per le Attività Produttive o la ricevuta di ritorno postale fermo restando quanto stabilito all'art. 5 comma 4 del presente regolamento.

Ove la **comunicazione** risulti formalmente regolare e corretta vengono attivati i controlli e le verifiche sulla veridicità delle dichiarazioni rese e dei dati indicati.

2. Nel caso in cui la comunicazione non sia regolare o corretta per riscontrate incompletezze, omissioni o incomprensibilità in relazione agli elementi richiesti al precedente art. 10, la comunicazione è considerata inidonea ed inefficace a realizzare gli scopi e gli effetti voluti ed è perciò rigettata attraverso una comunicazione dell'Amministrazione nella quale si indicano le irregolarità e le incompletezze e, nel contempo, si fa divieto e si diffida dall'esercitare l'attività.

I termini di cui agli artt. 8 e 9 decorrono dal ricevimento di nuova, regolare completa comunicazione per la quale dovranno essere nuovamente assolti i pagamenti dei diritti d'istruttoria e degli altri eventualmente previsti.

3. Lo Sportello Unico per le Attività Produttive- adotta ogni opportuna iniziativa per divulgare istruzioni atte a facilitare la corretta compilazione delle comunicazioni, potendo a tal fine anche predisporre moduli integrativi o complementari.

4. Salva l'ipotesi di diversa espressa indicazione, il recapito per la corrispondenza agli interessati è costituito dalla residenza (in caso di ditta individuale) o dalla sede legale (in caso di società) dichiarate nella comunicazione.

5. La regolare comunicazione, una copia della quale deve essere presentata alla Camera di Commercio entro i 30 giorni successivi all'effettivo inizio dell'attività, costituisce il titolo che legittima l'esercizio del commercio al dettaglio.

6. Comune e Camera di Commercio stabiliscono gli opportuni, idonei, reciproci accordi di collaborazione per verificare quali fra le operazioni comunicate siano state effettivamente attivate, al fine di un loro corretto monitoraggio ed osservatorio.

7. Il Comune può sempre e comunque intervenire con provvedimento di divieto di prosecuzione dell'attività e chiusura dell'esercizio in caso di mendacità e falsità delle dichiarazioni rese nella comunicazione o dei documenti prodotti a corredo, anche se accertata dopo il decorso di 30 giorni dalla sua presentazione.

8. Gli atti relativi al procedimento sono soggetti alle forme di accesso previste dagli artt. 22 e ss. della legge 241/1990 e dal regolamento comunale in materia.

CAPO III - MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

Art. 12 - Procedimento autorizzativo

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita fino a 1.000 mq., l'estensione o il cambiamento del settore merceologico di una media struttura di vendita, sono soggetti ad autorizzazione comunale.

2. Il termine di conclusione del procedimento inerente la richiesta di autorizzazione per le medie strutture di vendita è stabilito in 90 giorni dalla data di presentazione della domanda, purchè formalmente regolare e completa degli elementi di cui al successivo articolo 14. Per data di presentazione si intende quella in cui la domanda è ricevuta, ai sensi dell'art. 5 del presente regolamento, dallo Sportello Unico per le Attività Produttive del Comune .

3. Qualora il Comune non si pronunci, adottando espresso provvedimento, sulla domanda entro il termine di cui al comma precedente, salvo vi sia stata interruzione o sospensione dei termini, la domanda si intende accolta conformemente e limitatamente agli elaborati prodotti ed alle dichiarazioni rese.

4. La domanda deve essere presentata, a pena di irricevibilità con conseguente suo rigetto e immediata archiviazione, contestualmente a:

a. domanda di concessione o autorizzazione edilizia (ovvero dichiarazione di esistenza delle stesse);

b. Segnalazione certificata inizio attività o altro atto, che legittimi l'esecuzione dei lavori e delle opere edilizie indispensabili per l'esercizio dell'attività commerciale (ovvero dichiarazione di esistenza di tali atti o della loro non necessità);

Art. 13 - Comunicazioni ad efficacia immediata

1. La cessazione dell'attività, il trasferimento della gestione e della proprietà, per atto tra vivi o per causa di morte, la riduzione della superficie di vendita e/o del settore merceologico sono soggetti alla sola preventiva comunicazione al Comune.

2. La comunicazione di cui al presente articolo, purchè redatta nelle forme prescritte e completa degli elementi di cui al successivo articolo 14, consente di subentrare nell'attività, di cessarla o di ridurre la superficie di vendita e/o il settore merceologico immediatamente, cioè nella data stessa in cui è ricevuta dallo Sportello Unico Attività Produttive, ai sensi dell'art. 5 del presente regolamento.

Art. 14 - Elementi della domanda o della comunicazione e modalità di redazione e presentazione.

1. La domanda di cui all'art. 12 e la comunicazione di cui all'art. 13 devono essere effettuate utilizzando esclusivamente l'apposita modulistica approvata ai sensi dell'art. 10 comma 5 del Decreto Legislativo 114/1998, disponibile presso lo Sportello Unico per le Attività Produttive del Comune.

2. La comunicazione o la domanda effettuata su modulistica diversa o su carta semplice non è efficace e idonea a produrre alcuno degli effetti giuridici previsti dal Decreto né ad avviare il procedimento di richiesta dell'autorizzazione – e quindi a conseguire gli scopi voluti dall'interessato – ed è conseguentemente, respinta ed archiviata e di ciò viene data espressa comunicazione all'interessato.

3. La domanda di autorizzazione deve esser presentata o inviata in duplice copia con tutte le firme in originale (titolare o legale rappresentante dell'impresa, altri amministratori o soci di cui all'art. 2 D.P.R. 252/98, eventuale preposto), una per il Comune, una per l'impresa al fine, in caso di esito positivo con apposizione degli estremi dell'autorizzazione, della sua presentazione al Registro delle Imprese della C.C.I.A.A. entro trenta giorni dall'inizio effettivo dell'attività o delle variazioni richieste.

4. La comunicazione deve esser presentata o inviata in triplice copia con tutte le firme in originale (titolare o legale rappresentante dell'impresa, altri amministratori o soci di cui all'art. 2 D.P.R. 252/98, eventuale preposto), una per il Comune, una per l'impresa ed una per la C.C.I.A.A. per la presentazione al Registro delle Imprese.

5. Sia la domanda che la comunicazione devono esser compilate in maniera completa e chiara con:

- la specificazione dell'operazione che s'intende effettuare
- l'indicazione di tutti i dati richiesti nel frontespizio e nelle sezioni corrispondenti all'operazione che interessa
- le dichiarazioni prescritte dal Decreto, presenti e contenute – in relazione all'operazione che interessa – nei modelli adatti, da rendersi barrando obbligatoriamente tutte le caselle relative ed integrandole con i dati eventualmente richiesti nonché sottoscrivendole.

6. Alla domanda o alla comunicazione deve essere allegata fotocopia di un documento di identità in corso di validità di ognuna delle persone che rendono e sottoscrivono dichiarazioni; in caso di cittadini extracomunitari, questi debbono allegare fotocopia di valido permesso di soggiorno.

7. Alla domanda deve inoltre essere allegata:

- a) copia foglio di mappa catastale con indicata l'esatta ubicazione dell'esercizio richiesto.
- b) planimetria debitamente quotata, in scala adeguata (preferibilmente 1:100) dell'esercizio esistente o progetto dell'edificio da realizzare con evidenziate la superficie di vendita e quella destinata a magazzini, servizi, uffici. In caso di ampliamento deve essere indicata la superficie preesistente e quella che si intende realizzare tramite separate planimetrie ed una di unione.
- c) planimetria in scala adeguata (preferibilmente 1:500) indicante gli spazi destinati a parcheggio.
- d) relazione asseverata da tecnico abilitato attestante la conformità del proposto insediamento o intervento agli strumenti urbanistici ed alla relativa normativa, richiamata dal presente regolamento. In particolare deve esser attestata la rispondenza della realizzazione dei raccordi viari ai criteri di cui all'art. 9, comma 3, delle Direttive nonché il rispetto della dotazione e caratteristiche dei parcheggi, secondo quanto stabilito all'art. 7, del presente regolamento, tramite anche apposita tabella comparativa.
- e) relazione circa l'infrastrutturazione viaria.
- f) relazione circa le conseguenze occupazionali, il rispetto del contratto collettivo nazionale di lavoro, il rispetto degli accordi sindacali territoriali eventualmente siglati.

Art. 15 - Procedimento di controllo e di verifica delle comunicazioni

1. Per ciò che concerne i procedimenti di controllo e verifica delle comunicazioni di cui all'art. 13 ed i conseguenti atti ed effetti finali, valgono le disposizioni dell'art.11 del presente regolamento in quanto applicabili alle medie strutture (escluso cioè le disposizioni inerenti le comunicazioni ad efficacia differita).

Art. 16 – Criteri e procedure per il rilascio dell'autorizzazione per le medie strutture di vendita

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita, l'estensione o il cambiamento del settore merceologico di una media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione comunale.

2. Il rilascio dell'autorizzazione suddetta è subordinato al verificato rispetto: - della conformità dell'insediamento ai vigenti strumenti urbanistici ed alla relativa normativa;

- dei programmi di cui all'art. 6 - comma 1 - del presente regolamento e della specifica regolamentazione commerciale con gli stessi introdotta, compresa la disponibilità di SVAM necessaria;

- delle Direttive, in particolare l'art. 9 (criteri di realizzazione dei raccordi viari).

- delle altre norme del presente regolamento e delle norme igienico-sanitarie.

L'autorizzazione è negata qualora sia stata negata, o comunque non rilasciata prima del termine di conclusione del procedimento inerente l'autorizzazione commerciale, la concessione o autorizzazione edilizia per la realizzazione dell'insediamento.

3. Nel caso di domande concorrenti per l'apertura di una media struttura di vendita valgono le priorità previste dall'art. 10, comma 2, del Decreto.

4. L'approvazione dei programmi di cui all'art. 6, comma 1, del presente regolamento e la specifica regolamentazione con gli stessi introdotta possono prevedere disposizioni, prescrizioni e procedure per la valutazione dell'impatto urbanistico ambientale al fine di rendere compatibile la localizzazione e l'apertura degli esercizi, comprese le medie strutture di vendita, con le caratteristiche dell'area interessata e con gli interventi programmati.

5. A seguito dell'approvazione di apposito programma per la tutela delle aree vulnerabili di cui all'art. 6, comma 1 lett. a) del presente regolamento, da aggiornarsi annualmente, il Comune può prevedere la graduazione dell'inserimento delle medie strutture di vendita definendo la percentuale massima di incremento annuale dell'indice di equilibrio commerciale nelle aree oggetto di programmazione. In tal caso si applicano procedure, metodologie di calcolo e priorità stabilite dall'art. 9 e dall'all. B del Regolamento Regionale.

6. L'autorizzazione all'apertura o all'ampliamento di medie strutture di vendita è dovuta purchè l'intervento avvenga a seguito di concentrazione o accorpamento di esercizi autorizzati, ai sensi dell'art. 24 della previgente legge 11.6.1971 n° 426, per la vendita di generi di largo e

generale consumo e localizzati sul territorio comunale (nel caso di approvazione e operatività dei programmi di cui all'art. 6, comma 1, tali esercizi devono essere localizzati nelle aree interessate dai programmi stessi).

Allo scopo deve essere considerata la superficie di vendita effettiva di ognuno degli esercizi che si intendono concentrare o accorpare la cui somma complessiva deve quindi essere congrua – cioè almeno equivalente - con quella richiesta per realizzare l'intervento.

Il rilascio dell'autorizzazione comporta la revoca dei titoli autorizzativi relativi ai preesistenti esercizi e il totale reimpiego del personale degli esercizi concentrati o accorpati.

Nell'ipotesi di cui al presente comma l'autorizzazione può essere negata solo quando l'apertura o l'ampliamento della media struttura sia in contrasto con gli strumenti urbanistici o non rispetti i criteri ed i parametri di cui all'art. 9 delle Direttive regionali, nonché quanto prescritto per la dotazione e le caratteristiche dei parcheggi dell'art. 7 del presente regolamento oppure quando sia negata la concessione o autorizzazione edilizia.

7. A seguito della presentazione della domanda di apertura, trasferimento di sede, ampliamento della superficie di vendita estensione o cambiamento del settore merceologico di una media struttura, il Responsabile del Procedimento, procede alla verifica della sua regolarità e correttezza formale e cioè della presenza, completezza e leggibilità di tutti gli elementi – dati, dichiarazioni, allegati – richiesti conformemente a quanto disposto dagli artt. 12 e 14 del presente regolamento.

8. Ove la domanda risulti formalmente regolare e corretta il Responsabile del procedimento attiva le procedure di verifica e di controllo delle dichiarazioni rese e dei dati indicati mediante richiesta agli uffici competenti per gli accertamenti.

Non è necessaria formale comunicazione di avvio del procedimento, valendo a tale effetto la ricevuta rilasciata dallo Sportello Unico per le Attività Produttive o la ricevuta di ritorno postale salvo quanto previsto all'art. 5 del presente regolamento.

9. Nel caso in cui la domanda non sia formalmente regolare e corretta per riscontrate omissioni, incompletezze o incomprendibilità, ne viene data comunicazione al soggetto interessato entro venti giorni dal ricevimento della domanda stessa invitandolo a presentare le necessarie integrazioni (dati, dichiarazioni o altra documentazione richiesta) entro il termine perentorio di trenta giorni dalla data del ricevimento della comunicazione stessa.

Contestualmente l'interessato è informato che il decorso del termine per il rilascio dell'autorizzazione è

interrotto fino all'integrazione della pratica come sopra detto e che la mancata integrazione della medesima entro i termini perentori assegnati comporta la decadenza della domanda e la sua archiviazione.

10. La concessione o l'autorizzazione edilizia eventualmente necessaria viene rilasciata contestualmente all'autorizzazione commerciale.

CAPO IV - GRANDI STRUTTURE

Art. 17 – Classificazione

- 1.** Le grandi strutture di vendita, ai fini del presente regolamento, si ripartiscono in:
 - a. Grandi strutture di tipologia A, con superficie di vendita superiore a 10.000 mq;
 - b. Grandi strutture di tipologia B, con superficie di vendita superiore a 5000 mq. e non superiore a 10.000 mq;
 - c. Grandi strutture di tipologia C, con superficie di vendita superiore a 1000 mq e non superiore a 5.000 mq;
- 2.** Le grandi strutture di vendita del settore merceologico non alimentare, con caratteristiche di polo di attrazione di interesse interregionale sono individuate sulla base di parametri definiti dalla Giunta Regionale e sono disciplinate dall'art. 10, comma 9 e 9 bis, del Regolamento Regionale.
- 3.** L'autorizzazione per l'apertura di una grande struttura di vendita di tipologia A, B o C è negata, ai sensi dell'art. 6 comma 2 delle Direttive, ove lo strumento urbanistico non preveda espressamente la compatibilità della localizzazione della specifica tipologia di insediamento commerciale per il quale è richiesta l'autorizzazione.

Art. 18 – Criteri e procedure per il rilascio dell'autorizzazione per le grandi strutture di vendita

- 1.** L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita, l'estensione od il cambiamento del settore merceologico, sono soggetti ad autorizzazione comunale.
- 2.** La domanda deve essere presentata, a pena di irricevibilità con conseguente suo rigetto ed immediata archiviazione, contestualmente a:
 - a. domanda di concessione o autorizzazione edilizia (ovvero dichiarazione di esistenza delle stesse);
 - b. denuncia di inizio attività o altro atto che legittimi l'esecuzione dei lavori e delle opere

edilizie indispensabili per l'esercizio dell'attività commerciale (ovvero dichiarazione di esistenza delle stesse o della loro non necessità);

3. I criteri e le procedure per il rilascio delle autorizzazioni per le grandi strutture di vendita sono definiti dagli artt. 10 e 11 del Regolamento Regionale precisando, in relazione a tali articoli del Regolamento Regionale, che:

- per data di presentazione si intende quella in cui la domanda è stata ricevuta ai sensi dell'art. 5 del presente regolamento dallo Sportello Unico Attività Produttive;
- le integrazioni di cui al comma 3 dell'art. 11 devono essere presentate entro il termine perentorio di trenta giorni;
- nell'ipotesi di richiesta di ampliamento di cui all'art. 10, comma 5, deve essere considerata la superficie di vendita effettiva di ognuno degli esercizi che si intendono concentrare o accorpare, la cui somma complessiva deve quindi essere congrua – cioè almeno equivalente – rispetto a quella richiesta per realizzare l'ampliamento e fermo restando che l'autorizzazione all'ampliamento di cui trattasi comporta la revoca dei titoli autorizzativi relativi ai preesistenti esercizi e il totale reimpiego del personale degli esercizi commerciali concentrati o occupati;
- i “sessanta giorni dal ricevimento della domanda” di cui all'art. 11, comma 4, si intendono decorrenti dalla presentazione della stessa, solo se formalmente regolare e corretta, mentre, in caso contrario, cominciano a decorrere dalla completa e corretta presentazione delle necessarie integrazioni di cui al comma 3 dello stesso art. 11;
- alla domanda, oltre alla documentazione di cui all'art. 11, comma 2 (nel caso di ampliamento deve essere indicata la superficie preesistente e quella che si intende realizzare tramite separate planimetrie ed una di unione) deve essere allegata anche relazione tecnica attestante la conformità del proposto insediamento o intervento agli strumenti urbanistici ed alla relativa normativa, al presente regolamento ed alle Direttive. In particolare deve essere attestata la rispondenza della realizzazione dei raccordi viari ai criteri di cui all'art. 9, comma 4, delle Direttive nonché il rispetto della dotazione e caratteristiche dei parcheggi, secondo quanto stabilito all'art.7 del presente regolamento, tramite anche apposita tabella comparativa.

4. Oltre a quanto previsto all'art. 17, comma 3, del presente regolamento e ad integrazione e specificazione dell'art. 10 comma 2, lett. a) del Regolamento Regionale, il rilascio dell'autorizzazione all'apertura, al trasferimento di sede, all'ampliamento della superficie di vendita, all'estensione o al cambiamento del settore merceologico è subordinato al rispetto dei programmi di

cui all'art. 6, comma 1, e della specifica regolamentazione con gli stessi introdotta, delle altre disposizioni del presente regolamento e delle norme igienico-sanitarie.

Art. 19 - Comunicazioni ad efficacia immediata

1. La cessazione dell'attività, il trasferimento della gestione o della proprietà, per atto tra vivi o per causa di morte, la riduzione della superficie di vendita e/o del settore merceologico sono soggetti a preventiva comunicazione al Comune.

2. La comunicazione di cui al presente articolo, purchè redatta nelle forme prescritte e completa degli elementi di cui al successivo art. 20, consente di subentrare nell'attività, di cessarla o di ridurre la superficie di vendita e/o il settore merceologico, immediatamente, cioè nella stessa data in cui è ricevuta dalla Direzione Sviluppo Economico ai sensi dell'art. 5 del presente regolamento.

Art. 20 - Elementi della domanda o della comunicazione, modalità di redazione e presentazione

1. Per ciò che concerne gli elementi della domanda di cui al precedente art. 18 o della comunicazione di cui al precedente art. 19 e le modalità della loro redazione e presentazione si richiamano le disposizioni dell'art. 14 del presente regolamento, valide anche per le grandi strutture di vendita.

Art. 21 - Procedimenti di controllo e di verifica delle comunicazioni

1. Per ciò che concerne i procedimenti di controllo e verifica delle comunicazioni di cui all'art. 19 ed i conseguenti atti ed effetti finali, valgono le disposizioni dell'art. 11 del presente regolamento in quanto applicabili alle grandi strutture (escluso cioè le disposizioni inerenti le comunicazioni ad efficacia differita).

CAPITOLO V - CENTRI COMMERCIALI

Art. 22 - Caratteristiche e definizione

1. Il Centro Commerciale è 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. Pertanto, quale media o grande struttura di vendita, il Centro Commerciale deve essere oggetto di specifica domanda ed autorizzazione.

2. E' Centro Commerciale la struttura caratterizzata anche dalla presenza di soli esercizi di vicinato, di esercizi di vicinato e una o più medie o grandi strutture, ovvero da sole medie o grandi

strutture.

3. Per superficie di vendita di un Centro Commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti, ed essa determina la disciplina e la procedura amministrativa da applicare alle relative domande e comunicazioni.

Art. 23 – Procedure per l'autorizzazione dei Centri Commerciali

1. L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita di un Centro Commerciale, sono soggetti ad autorizzazione comunale, salvi i procedimenti autorizzatori e quelli soggetti a comunicazione, ad efficacia differita od immediata, contemporaneamente o successivamente necessari per l'attivazione, le variazioni, e le cessazioni dei singoli esercizi di vendita componenti il Centro Commerciale che sono definiti con autonomi atti o provvedimenti. All'autorizzazione inerente il Centro Commerciale deve quindi attribuirsi essenzialmente valore quantitativo (in termini di superficie di vendita complessiva, eventualmente suddivisa fra i settori alimentare e non alimentare) e di consenso alla sua realizzazione in stretto rapporto con gli strumenti urbanistici e con la concessione o autorizzazione edilizia.

2. La superficie di vendita del Centro Commerciale (nel caso di apertura o di trasferimento) o quella che si intende raggiungere (nel caso di ampliamento) determina la disciplina e la procedura da seguire, secondo che si tratti di media o grande struttura di vendita.

3. La domanda di autorizzazione all'apertura, al trasferimento di sede e all'ampliamento della superficie di vendita di un Centro Commerciale – che deve essere corredata da una relazione che ne descrive esattamente la composizione, dettagliando le varie attività e funzioni previste con a fianco di ciascuna indicata la relativa superficie (per quelle commerciali anche la superficie di vendita suddivisa per settore merceologico) - può esser presentata da un unico promotore o dai singoli aspiranti esercenti. Nella seconda ipotesi la domanda è presentata tramite un rappresentante degli stessi nominato, con la maggioranza indicata dall'art. 1105 del Codice Civile, per i rapporti giuridici con i terzi. Di tale qualifica deve essere dato atto nel frontespizio del modello idoneo. Per la modalità di redazione e presentazione della domanda inerente il Centro Commerciale, gli elementi - dati, dichiarazioni ed allegati – necessari, le procedure di controllo e verifica ed il rilascio o diniego dell'autorizzazione, deve farsi riferimento alle relative disposizioni contenute nel CAPO III e IV del presente regolamento, secondo che si tratti di media o grande struttura di vendita.

4. Ai soli fini della presentazione della domanda, il promotore del Centro, può non essere in

possessione dei requisiti professionali di cui all'art. 5 del Decreto che devono comunque essere posseduti, prima del rilascio dell'autorizzazione per il Centro Commerciale, dal promotore stesso o da altro soggetto richiedente che ne assuma la titolarità. L'intestazione ad altro soggetto, diverso dal promotore originario, che dovrà essere in possesso anche degli altri requisiti previsti dall'art. 5 del Decreto, non costituisce caso di subingresso.

5. La planimetria da allegarsi alla domanda di autorizzazione all'apertura, al trasferimento e all'ampliamento indica la superficie complessiva del Centro, intesa quale somma delle superfici di vendita di ciascun esercizio commerciale previsto (che pure devono essere indicate) nonché le infrastrutture comuni e gli spazi di servizio gestiti unitamente e le loro superfici.

6. L'autorizzazione per il Centro Commerciale viene intestata e rilasciata al promotore o rappresentante del Centro (nominato come detto al comma 3) il quale rappresenterà il Centro nei rapporti, anche futuri, con la Pubblica Amministrazione.

Il promotore del Centro può essere anche una società o un'associazione stabile di imprese. In tal caso, fermo restando quanto precisato al precedente comma 4, per i requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale si applica l'art. 5 comma 6 del Decreto.

7. Successivamente all'ottenimento dell'autorizzazione per il Centro Commerciale, i soggetti interessati provvederanno a richiedere il rilascio delle autorizzazioni o a presentare le comunicazioni per ognuno degli esercizi (rispettivamente grandi o medie strutture ed esercizi di vicinato) costituenti e facenti parte del Centro Commerciale stesso utilizzando l'apposito modello approvato ai sensi dell'art. 10 comma 5 del Decreto. I procedimenti per l'insediamento dei singoli esercizi commerciali all'interno del Centro sono quelli previsti dal presente regolamento prescindendosi però dall'applicazione degli artt. 12 – commi 2 e 4 -, 14 – comma 7 -, 16 – commi da 2 a 6 e comma 10, 18 – commi 2, 3 e 4.

Tali procedimenti devono pertanto concludersi entro trenta giorni dalla data di ricevimento da parte dello Sportello Unico alle Attività Produttive, delle domande e/o comunicazioni, ove l'insediamento delle attività avvenga conformemente alle prescrizioni e/o vincoli eventualmente stabiliti in sede di rilascio di autorizzazione per il Centro Commerciale ed i soggetti che intendono assumere la titolarità dei singoli esercizi commerciali siano in possesso dei requisiti di cui all'art. 5 del Decreto.

Art. 24 – Correlazione dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia e dell'autorizzazione all'apertura, trasferimento di sede o ampliamento di superficie di una media o grande struttura.

1. Qualora ai fini dell'apertura, trasferimento di sede o ampliamento della superficie di vendita di una media o grande struttura sia necessario il rilascio di apposita concessione o autorizzazione edilizia, l'interessato deve farne richiesta contestualmente alla domanda di autorizzazione commerciale secondo quanto disposto dagli artt. 12 comma 4 e 18 comma 2 del presente regolamento.

2. Il rilascio della concessione o autorizzazione edilizia e di quella commerciale avviene pure contestualmente, rilasciandosi in tal caso la concessione o autorizzazione edilizia secondo le norme vigenti in materia.

3. Per le contestualità di cui ai commi precedenti le domande di concessione e/o autorizzazione edilizia e quelle di autorizzazione commerciale vengono presentate allo Sportello Unico delle Attività Produttive, che provvederà a coordinare tempi e procedimenti edilizi e commerciale e ad emanare un unico atto concessorio e/o autorizzatorio, eventualmente comprensivo anche di altre autorizzazioni amministrative espressamente richieste (esempio: insegne, pubblicità, occupazioni varie di suolo pubblico ecc.).

4. Resta fermo che essendo il procedimento edilizio e quello commerciale necessariamente interrelati, le richieste di integrazioni dati dichiarazioni o documenti avanzate per uno dei due procedimenti sono valido titolo per la sospensione del procedimento di rilascio dell'atto unico di cui al comma precedente, e comunque di interruzione dei termini sia del procedimento edilizio che di quello commerciale anche al fine di quanto previsto dagli artt. 12 comma 2 del presente regolamento.

5. La Conferenza dei Servizi è indetta e convocata dal Responsabile dello Sportello Unico delle Attività Produttive competente ad emanare, secondo quanto stabilito al precedente comma 3, l'atto autorizzatorio finale ed unico per le grandi strutture di vendita.

6. L'attività commerciale delle medie e grandi strutture di vendita autorizzate come previsto al presente articolo non può essere iniziata fino alla certificazione, nelle forme previste dalle leggi statali e regionali e dal regolamento edilizio comunale della agibilità degli immobili relativi.

7. L'annullamento e/o la decadenza della concessione o autorizzazione edilizia o dell'atto unico autorizzatorio di medie e grandi strutture di vendita per motivi urbanistico-edilizi comporta altresì la revoca della corrispondente autorizzazione commerciale con divieto di proseguire l'attività negli

immobili interessati dai provvedimenti di cui trattasi.

CAPO VI - FORME SPECIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO

Art. 25 – Tipologie delle forme speciali di vendita

1. La vendita al dettaglio può essere esercitata nelle forme speciali previste dal Decreto secondo le modalità e nei limiti previsti dallo stesso e dal presente regolamento.
2. Le forme speciali di vendita si suddividono in:
 - a. Vendita in spacci interni;
 - b. Vendita mediante apparecchi automatici;
 - c. Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione;
 - d. Vendita a domicilio.

Art. 26 – Comunicazione: efficacia, elementi e modalità di redazione

1. L'inizio, le variazioni (di superficie di vendita, di settore merceologico, di titolarità o gestione), il trasferimento e la cessazione delle attività di cui al presente capo sono soggette a preventiva comunicazione al Comune.
2. La comunicazione, purchè redatta nelle forme prescritte e completa degli elementi richiesti, secondo quanto disposto ai successivi commi del presente articolo, consente l'esercizio dell'attività nella stessa indicata decorsi almeno trenta giorni dalla data in cui è stata ricevuta dallo Sportello Unico per le Attività Produttive, ai sensi dell'art.5 del presente regolamento eccetto i casi di subingresso senza modifiche, riduzione della superficie di vendita (per gli spacci interni) o di settore merceologico e cessazione, nei quali la comunicazione ha efficacia immediata, nella stessa data cioè di ricevimento.
3. La comunicazione deve essere effettuata utilizzando esclusivamente l'apposita modulistica predisposta dal Comune, disponibile presso lo Sportello Unico per le Attività Produttive del Comune.
4. La comunicazione effettuata su modulistica diversa o su carta semplice non è efficace e non è idonea a produrre alcuno degli effetti giuridici previsti dal Decreto – e quindi a conseguire gli scopi voluti dall'interessato – ed è conseguentemente dichiarata tale, respinta ed archiviata.
5. Per ogni operazione deve essere presentata una apposita specifica comunicazione, salva la sola ipotesi del trasferimento di sede con contestuale variazione (ampliamento o riduzione) della superficie di vendita per gli spacci interni.
6. La comunicazione deve essere predisposta in triplice copia con tutte le firme in originale

(titolare o legale rappresentante dell'impresa, altri amministratori o soci di cui all'art. 2 D.P.R. 252/1998, eventuale preposto) – una per il Comune, una per l'impresa ed una per la C.C.I.A.A. per la presentazione al Registro delle Imprese – e deve essere compilata in maniera completa e chiara con:

- la specificazione dell'operazione che si intende effettuare;
- l'indicazione di tutti i dati richiesti nel frontespizio e nelle sezioni corrispondenti all'operazione che interessa;
- le dichiarazioni prescritte dal Decreto, presenti e contenute – in relazione all'operazione che interessa – nel modello appositamente predisposto, da rendersi barrando obbligatoriamente tutte le caselle relative ed integrandole con i dati eventualmente richiesti nonché sottoscrivendole.

In particolare nel QUADRO AUTOCERTIFICAZIONE, la dichiarazione, relativa al locale sede dell'esercizio, concernente il rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria, igienico-sanitaria, dei regolamenti edilizi e delle norme urbanistiche e quelle relative alla destinazione d'uso deve essere integrata con l'indicazione, nelle apposite righe, di seguito alla locuzione “in quanto”, degli estremi dei provvedimenti che ne attestano l'idoneità e cioè degli estremi della certificazione di agibilità dell'immobile o documento equivalente così come disposto dal Regolamento edilizio comunale da cui risulti la destinazione d'uso commerciale. Inoltre occorre indicare anche gli estremi dell'autorizzazione sanitaria, ovvero, qualora non occorra, la non necessità della stessa. Tali dati possono riguardare anche le richieste del certificato di agibilità o dell'autorizzazione sanitaria (se necessaria) in merito presentate ai competenti uffici, fermo restando l'obbligo del conseguimento dei provvedimenti prima di iniziare l'attività che risulterà altrimenti abusiva.

Alla comunicazione deve essere allegata fotocopia di un documento d'identità in corso di validità di ognuna delle persone che rendono e sottoscrivono dichiarazioni; nel caso di cittadini extracomunitari, questi debbono allegare fotocopia di valido permesso di soggiorno. Deve inoltre essere effettuato il pagamento dei diritti d'istruttoria ed altri eventualmente previsti.

7. La mancanza, incompletezza o non leggibilità anche di una delle dichiarazioni o di uno dei dati e allegati di cui al precedente comma 4, comporta l'inidoneità e l'inefficacia della comunicazione, con conseguente suo rigetto e divieto di esercitare l'attività indicata.

Art. 27 - Procedimenti di controllo e verifica delle comunicazioni ed atti ed effetti finali

1. A seguito della presentazione delle comunicazioni di cui al precedente art. 26, lo Sportello Unico per le Attività Produttive- procede alla verifica della loro regolarità e correttezza formale e cioè della presenza, completezza e leggibilità di tutti gli elementi – dati, dichiarazioni, allegati - richiesti.

Non è necessaria formale comunicazione di avvio del procedimento, valendo a tale effetto la ricevuta rilasciata dallo Sportello Unico per le Attività Produttive o la ricevuta di ritorno postale, fermo restando quanto stabilito all'art.5 del presente regolamento.

2. Ove la pratica risulti formalmente regolare e corretta, ai sensi dell'art.11 del D.P.R. n.403/1998 il responsabile del procedimento provvede alla verifica della veridicità delle dichiarazioni presentate e dei dati indicati.

3. Nel caso in cui la comunicazione non sia regolare o completa per riscontrate incompletezze, omissioni o incomprensibilità, la comunicazione è considerata inidonea ed inefficace a realizzare gli scopi e gli effetti voluti ed è perciò rigettata attraverso una comunicazione dell'Amministrazione nella quale si indicano le irregolarità e le incompletezze e, nel contempo, si fa divieto e si diffida dall'esercitare l'attività.

I termini di cui all'art.26 decorrono dal ricevimento della nuova regolare completa comunicazione per la quale dovranno essere nuovamente assolti i pagamenti dei diritti d'istruttoria ed altri eventualmente previsti.

4. Lo Sportello Unico per le Attività Produttive- adotta ogni opportuna iniziativa per divulgare istruzioni atte a facilitare la corretta compilazione delle comunicazioni, potendo a tal fine anche predisporre moduli integrativi o complementari.

5. Salva l'ipotesi di diversa espressa indicazione, il recapito per la corrispondenza agli interessati è costituito dalla residenza (in caso di ditta individuale) o dalla sede legale (in caso di società) dichiarate nella comunicazione.

6. La regolare o regolarizzata comunicazione, una copia della quale deve essere presentata alla Camera di Commercio entro i trenta giorni successivi all'effettivo inizio dell'attività, costituisce il titolo che legittima l'esercizio della forma speciale di vendita.

7. Comune e Camera di Commercio stabiliscono gli opportuni, idonei, reciproci accordi di collaborazione per verificare quali fra le operazioni comunicate siano state effettivamente attivate, al fine di un loro corretto monitoraggio ed osservatorio.

8. Il Comune può sempre e comunque intervenire con provvedimento di divieto di prosecuzione della forma speciale di vendita e cessazione dell'attività in caso di mendacità e falsità delle dichiarazioni rese nella comunicazione o dei documenti prodotti a corredo, anche se accertata dopo il decorso di trenta giorni dalla sua presentazione.

9. Gli atti relativi al procedimento sono soggetti alle forme di accesso previste dagli artt. 22 e ss. della legge 241/1990 e dal regolamento comunale in materia.

Art. 28 - Spacci interni

1. Per vendita in spacci interni si intende la vendita al dettaglio effettuata:

- a. a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati;
- b. a favore di militari;
- c. a favore di soci di cooperative di consumo;
- d. a favore di aderenti a circoli privati;
- e. nelle scuole, esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;
- f. negli ospedali, esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;
- g. nei cinema, teatri e altri luoghi destinati ad accogliere attività di rappresentazione o spettacolo, esclusivamente a favore degli spettatori;
- h. nei musei, esclusivamente a favore dei visitatori (fatte salve le norme speciali di cui alla L. 14.01.1993 n° 4 e al D.M. 24.03.1997 n° 139)
- i. negli alberghi ed altre strutture ricettive, esclusivamente a favore degli alloggiati (fatte salve le norme speciali vigenti);
- j. negli altri luoghi, pubblici o privati, assimilabili (accesso riservato a determinate categorie di soggetti o sottoposto a particolari modalità quali il pagamento di un biglietto);

2. I locali nei quali è effettuata la vendita di cui al precedente comma non devono essere aperti al pubblico né devono avere accesso diretto dalla pubblica via.

Art. 29 - Apparecchi automatici

1. La vendita dei prodotti al dettaglio, per mezzo di apparecchi automatici è soggetta ad apposita comunicazione al Comune competente per territorio. Una stessa comunicazione può essere utilizzata per più apparecchi automatici e per diverse loro ubicazioni (da indicare esattamente). Ove l'installazione insista su suolo pubblico, occorre conseguire l'apposita concessione.

2. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in

modo esclusivo, è soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita di cui ai precedenti Capi del presente Titolo.

3. La somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, effettuata mediante apparecchi automatici è soggetta alle disposizioni della 287/1991 sui pubblici esercizi laddove si configuri la fattispecie di cui all'art. 1 comma 2 della succitata legge.

Art. 30 - Vendita per corrispondenza o mediante sistemi di comunicazione

1. La vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione è soggetta a previa comunicazione al Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale, se società.

2. E' vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta.

3. E' consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi, senza spese o vincoli per il consumatore.

4. Nei casi in cui le operazioni di vendita siano effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva deve accertare, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attività sia in possesso dei requisiti prescritti dal Decreto e dal presente regolamento per l'esercizio della vendita al dettaglio.

Durante la trasmissione debbono essere indicati il nome e la denominazione o la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese ed il numero della partita IVA.

Agli organi di vigilanza è consentito il libero accesso al locale indicato come sede del venditore.

5. Sono vietate le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione.

6. Chi effettua le vendite tramite televisione per conto terzi deve essere in possesso della licenza prevista dall'articolo 115 del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza, approvato con regio decreto 18 giugno 1931, n. 773.

7. Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

8. Le disposizioni previste dal presente articolo si applicano anche al commercio elettronico nel rispetto dell'art. 21 del Decreto e delle azioni promosse dal Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato.

Art. 31 - Vendite a domicilio

1. La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori, è soggetta a previa comunicazione al Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale, se società.
2. Il soggetto di cui al comma 1, che intende avvalersi per l'esercizio dell'attività di incaricati, ne comunica l'elenco all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attività dei medesimi.
3. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2 del Decreto, i quali sono autocertificati dagli stessi ed allegati nella comunicazione di cui al precedente comma.
4. L'impresa di cui al comma 1 rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate, che deve ritirare non appena esse perdano i requisiti richiesti dall'art. 5, comma 2, del Decreto.
5. Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 4 deve essere numerato e aggiornato annualmente, deve contenere le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, nonchè del nome del responsabile dell'impresa stessa e la firma di quest'ultimo; il tesserino deve essere esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.
6. Le disposizioni concernenti gli incaricati si applicano anche nel caso di operazioni di vendita a domicilio del consumatore effettuate dal commerciante sulle aree pubbliche in forma itinerante.
7. Il tesserino di riconoscimento di cui ai commi 4 e 5 è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua personalmente le operazioni disciplinate dal presente articolo.
8. Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

Art. 32 - Propaganda a fini commerciali

1. L'esibizione o illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi altra forma di propaganda commerciale presso il domicilio del consumatore o nei locali nei quali il consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi di lavoro, studio, cura o svago, sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati e sul tesserino di riconoscimento di cui all'articolo precedente.

CAPO VII - COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

Art. 33 - Rinvio

1. L'attività commerciale su area pubblica è disciplinata sulla base del Decreto, della Legge Regionale n. 9/1999 e delle relative norme di attuazione, dal Regolamento comunale in materia che forma parte integrante del Piano Comunale per l'esercizio del commercio su aree pubbliche.

TITOLO III

DISPOSIZIONI PARTICOLARI E SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA' COMMERCIALE.

CAPO I - DISPOSIZIONI PARTICOLARI.

Art. 34 – Subingresso

1. Il trasferimento della gestione o della proprietà, per atto fra vivi o per causa di morte di un esercizio di vendita sono soggetti alla sola comunicazione al Comune competente per territorio.

2. la comunicazione di subingresso è presentata, a pena di decadenza, entro un anno dalla morte del titolare od entro sessanta giorni dall'atto di trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio.

La comunicazione di subingresso presentata entro i termini perentori di cui al precedente comma 2 consente al subentrante – purchè in possesso dei requisiti morali e, per il settore alimentare, professionali – di esercitare immediatamente (cioè nella data in cui la comunicazione è ricevuta dal Comune, con le modalità di cui all'art. 5 del presente Regolamento) l'attività del dante causa, cui correlativamente incombe l'obbligo di cessarla secondo quanto disposto dal successivo art. 35.

3. La comunicazione di subingresso presentata non rispettando i termini perentori di cui al comma 2 comporta la decadenza dell'autorizzazione o del titolo sorto a seguito di precedente regolare comunicazione in capo al dante causa. Conseguentemente:

a. la comunicazione stessa sarà dichiarata inidonea ed inefficace a produrre gli effetti giuridici previsti dal Decreto – e quindi a conseguire gli scopi voluti dall'interessato – e respinta con diffida e divieto nei confronti del subentrante ad esercitare l'attività prima assentita, altrimenti abusiva;

b. sarà avviato, ai sensi della Legge 241/90, il procedimento di dichiarazione di decadenza dell'autorizzazione o del titolo sorto a seguito di precedente regolare comunicazione in capo al dante causa.

5. Ad ogni trasferimento della gestione o della proprietà dell'esercizio deve corrispondere una comunicazione di subingresso (e correlativa comunicazione di cessazione da parte del dante causa, secondo quanto disposto al successivo art. 35) osservando i suddetti termini perentori e la sequenza logica e cronologica dei trasferimenti susseguiti.

6. Anche al dante causa, per le conseguenze negative in cui può indirettamente incorrere, incombe pertanto l'obbligo di verificare che il subentrante rispetti adempimenti e termini prescritti. A tal fine potrà richiedere informazioni ed accedere agli atti d'ufficio

7. In caso di morte del titolare la comunicazione è effettuata dall'erede o dagli eredi che abbiano nominato, con la maggioranza indicata dall'articolo 1105 del codice civile, un solo rappresentante per tutti i rapporti giuridici con i terzi, ovvero abbiano costituito una società, sempre che abbiano i requisiti di cui all'articolo 5 del Decreto.

8. Qualora si tratti di esercizi relativi al settore merceologico alimentare, gli eredi che ne siano sprovvisti devono acquisire i requisiti professionali di cui all'articolo 5 del Decreto entro un anno dalla comunicazione di subingresso.

9. Nel caso di morte del titolare, per proseguirne provvisoriamente l'attività in attesa che sussistano le condizioni per la definitiva comunicazione di subingresso (adempimenti successori, definizione dei rapporti all'interno dell'eventuale comunione ereditaria, negoziazione quote, costituzione società per la gestione dell'esercizio ... etc. ...) è necessario che da parte dell'erede o di uno degli eredi sia presentata comunicazione di prosecuzione dell'attività al Comune, utilizzando l'apposito modello predisposto.

10. All'erede o agli eredi è altresì consentito, entro l'anno dalla data del decesso, cedere in proprietà o in gestione l'esercizio (ipotesi in cui deve comunque essere presentata definitiva comunicazione di subingresso), purchè vi siano succeduti con regolare denuncia.

Art. 35 – Cessazione

1. La cessazione dell'attività di un esercizio di vendita è soggetta alla sola comunicazione al Comune.

2. La comunicazione di cessazione, eccetto quella per causa di morte del titolare, deve essere presentata in via preventiva e comunque entro la data di cessazione o dell'atto di trasferimento dell'esercizio. L'inosservanza della presente disposizione è sanzionata ai sensi dell'art. 22 comma 3 del Decreto in relazione all'art. 26 comma 5 del Decreto stesso, anche su segnalazione della competente Camera di Commercio.

Art. 36 - Affidamento di reparto

1. Il titolare di un esercizio di vendita al dettaglio può affidare la gestione di uno o più reparti dell'esercizio ad altri soggetti in possesso dei requisiti prescritti.

2. L'affidamento del reparto è assimilato al subingresso e soggetto alle comunicazioni di cui agli artt. 9 o 13 o 19 del presente regolamento, secondo la superficie di vendita del reparto, da parte del soggetto che lo prende in gestione.

3. Il soggetto che affida in gestione il reparto non deve effettuare alcuna comunicazione né di riduzione della superficie di vendita né di parziale cessazione.

CAPO II - SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITA'

Art. 37 - Disciplina degli orari e delle ferie

1. La disciplina degli orari degli esercizi di vendita al dettaglio è contenuta in apposita ordinanza sindacale nel rispetto di quanto stabilito dal Decreto e dalla normativa regionale. Il Comune, per evitare difficoltà di approvvigionamento, in accordo e collaborazione con le Associazioni di categoria e dei consumatori e con le organizzazioni sindacali dei lavoratori dipendenti del settore, promuove le opportune iniziative affinché la chiusura degli esercizi durante le ferie avvenga con criteri di gradualità.

Art. 38 - Pubblicità dei prezzi

1. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, debbono indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo.

2. Quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello.

3. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.

4. I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trovi già impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, in modo che risulti facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dall'applicazione del precedente comma 3.

5. In caso di vendita di prodotti d'arte e di antiquariato nonché di oreficeria, l'obbligo di pubblicità del prezzo può ritenersi rispettato mediante modalità idonee allo scopo, anche tramite l'utilizzo sul singolo prodotto di un cartellino visibile dall'interno dell'esercizio e non dall'esterno.

6. Restano salve le disposizioni vigenti circa l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita al dettaglio per unità di misura.

Art. 39 - Disposizioni generali sulle vendite straordinarie (di liquidazione, di fine stagione e promozionali)

1. In tutte le vendite è vietato ogni riferimento a procedure fallimentari e simili.
2. Le merci devono essere poste in vendita con l'indicazione del prezzo normale, dello sconto espresso in percentuale e del nuovo prezzo scontato o ribassato.
3. Durante il periodo in cui in un esercizio vengono effettuate vendite di liquidazione e di fine stagione è possibile porre in vendita solo le merci già presenti nell'esercizio e nei locali di sua pertinenza. Il divieto di introduzione di ulteriori merci riguarda sia quelle acquistate che quelle concesse in conto deposito.
4. Le merci oggetto di vendita straordinaria e come tali offerte devono essere separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie.
5. Le asserzioni pubblicitarie devono contenere gli estremi delle previste comunicazioni, nonché l'indicazione della durata della vendita.
6. Durante le vendite di fine stagione è vietato effettuare vendite promozionali.

Art. 40 - Vendite di liquidazione

1. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante per esitare in breve tempo tutte le merci in vendita, a seguito di: cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali e devono essere comunicate al Comune almeno quindici giorni prima della data di inizio della vendita.
2. Tali vendite possono essere effettuate in ogni periodo dell'anno, per una durata non superiore a 10 settimane in caso di cessione o cessazione dell'attività commerciale, e per una durata non superiore a 4 settimane nel caso di trasferimento dell'azienda in altro locale o trasformazione o rinnovo dei locali.
3. E' vietato effettuare vendite di liquidazione con il sistema del pubblico incanto.
4. La comunicazione al Comune relativa alla vendita di liquidazione, per la quale è predisposta apposita modulistica deve essere corredata da una dichiarazione recante i seguenti elementi completi di data ed estremi:
 - a. per la cessazione dell'attività commerciale: di aver effettuato comunicazione di cessazione dell'attività o atto di rinuncia all'autorizzazione amministrativa;
 - b. per la cessione di azienda: di aver sottoscritto atto pubblico di cessione o scrittura privata registrata;

c. per il trasferimento dell'azienda in altro locale: di aver effettuato comunicazione o ottenuto autorizzazione al trasferimento;

d. per la trasformazione o il rinnovo dei locali: di aver effettuato denuncia di inizio di attività o ottenuto concessione o autorizzazione edilizia per la realizzazione di opere edili ovvero di comunicare il rinnovo di almeno l'ottanta per cento degli arredi, dandone adeguata prova mediante la descrizione degli arredi da sostituire o la produzione di appositi preventivi.

5. Al termine della vendita di liquidazione per il rinnovo e la trasformazione dei locali, l'esercizio deve essere immediatamente chiuso per il tempo necessario all'effettuazione dei lavori stessi. Non sono ammesse deroghe o proroghe alla chiusura, tranne nel caso in cui il soggetto non abbia usufruito dell'intero periodo previsto dalla legislazione vigente, anche nel caso di indisponibilità della ditta incaricata dell'esecuzione dei lavori.

Art. 41 - Vendite di fine stagione

1. Le vendite di fine stagione riguardano esclusivamente i prodotti, di carattere stagionale, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo. Tali vendite devono essere presentate al pubblico come tali e possono essere effettuate solo dal secondo lunedì di gennaio al secondo sabato di marzo e dal terzo lunedì di luglio al terzo sabato di settembre.

2. Il Comune, d'intesa con la competente Camera di Commercio e sentite le locali organizzazioni delle imprese del commercio e dei consumatori, può definire periodi diversi da quelli indicati al comma 1 per l'effettuazione delle vendite di fine stagione. Tali diversi periodi saranno definiti con motivata ordinanza sindacale.

Art. 42 - Vendite promozionali

1. Nelle vendite promozionali vengono offerte condizioni favorevoli di acquisto dei prodotti in vendita; le merce offerte in promozione devono essere separate da quelle vendute alle condizioni ordinarie, in modo che siano chiaramente distinguibili. La comunicazione deve essere effettuata al Comune almeno dieci giorni prima dell'inizio della vendita.

2. Le vendite promozionali dei prodotti di carattere stagionale appartenenti al settore merceologico non alimentare non possono essere effettuate nel mese di dicembre, nei periodi delle vendite di fine stagione e nei trenta giorni precedenti tali periodi.

3. Le vendite promozionali dei prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare e dei

prodotti per l'igiene della persona e della casa possono essere effettuate, se consentite e nei limiti previsti dalla normativa statale e regionale vigente, in qualsiasi periodo dell'anno senza necessità di preventiva comunicazione al Comune.

Art. 43 - Commercio all'ingrosso ed al dettaglio

1. E' vietato l'esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso ed al dettaglio salvo deroghe stabilite dalla Regione.
2. Resta salvo il diritto acquisito dagli esercenti in attività alla data del 24 aprile 1999.

Art. 44 - Attività temporanee di vendita

1. In occasione di fiere, feste, manifestazioni, spettacoli o altre riunioni straordinarie in aree o locali privati o nella disponibilità di privati o di enti pubblici diversi dall'Amministrazione Comunale, chi interessato, purchè in possesso dei prescritti requisiti di cui all'art. 5 del Decreto e con il consenso dell'organizzatore o del gestore, può presentare una comunicazione per esercitare temporaneamente nel luogo e nel periodo dell'evento, commercio al dettaglio di prodotti allo stesso attinenti.

La comunicazione deve essere presentata, a pena di irricevibilità, almeno quindici giorni prima dell'inizio della vendita. A tal fine deve essere utilizzata l'apposita modulistica predisposta dal Comune, rendendo le dichiarazioni prescritte sulla falsariga delle disposizioni contenute negli artt. 8 e 10 del presente regolamento, in quanto applicabili.

2. Sono fatte salve le vigenti norme in materia di igiene e sanità, anche in relazione al rilascio delle relative autorizzazioni sanitarie, per quanto attiene alla manipolazione ed al deposito di alimenti ed alla vendita di determinati prodotti.

Art. 45 - Consumo di prodotti alimentari negli esercizi di vicinato

1. Fermi restando i requisiti igienico-sanitari, negli esercizi di vicinato autorizzati alla vendita dei prodotti di cui all'art. 4 della legge 25.03.1997 n° 77 è consentito il consumo immediato dei medesimi all'interno dei locali purchè:

- a. non venga effettuato un apposito servizio di somministrazione;
- b. non vengano collocate nel locale di vendita attrezzature finalizzate a permettere o favorire la consumazione sul posto dei prodotti;
- c. non siano predisposte liste o "menù" dei prodotti offerti, con relativi prezzi;

d. non siano raccolte o registrate le ordinazioni e fatto servizio con portate di alimenti e/o bevande.

2. Per attrezzature finalizzate alla somministrazione si intende un qualsiasi elemento di arredo che sia appositamente collocato nel punto di vendita per consentire o favorire la consumazione dei prodotti sul posto quali tavoli, sedie, banchi, panche e simili. Non sono tali i piani di appoggio sistemati nell'esercizio per consentire di collocarvi i contenitori di alimenti e bevande durante e dopo l'uso.

Art. 46 – Sospensione dell'attività

1. Nel caso di sospensione dell'attività per un periodo superiore ad un mese, deve esserne data comunicazione al Comune almeno 5 (cinque) giorni prima del suo inizio.

2. Il periodo di sospensione può durare fino al massimo di un anno, dopo di che si applicano le disposizioni di cui all'art. 22 comma 4 lett. b) o comma 5 lett. a) del Decreto.

Art. 47 – Tutela del centro storico e degli esercizi storici e tradizionali

1. Nelle more dell'adozione di specifici programmi per la tutela e la valorizzazione del centro storico, per salvaguardare le caratteristiche, l'immagine ed il decoro del bene culturale rappresentato da luoghi di particolare pregio ed interesse storico, architettonico, ambientale e culturale della città nonché in coerenza con i programmi di viabilità, limitazioni o interdizione del traffico veicolare *e di prevenzione dell'inquinamento*, nel centro storico sono vietate le seguenti attività:

esercizi di vendita di:

- rottami e materiale di recupero;
- articoli per l'imballaggio industriale;
- autoveicoli e simili;
- imbarcazioni e relative attrezzature;
- motori di qualsiasi tipo e genere e relativi accessori e ricambi;
- pneumatici e relativi accessori e ricambi;
- combustibili solidi e liquidi, gas in bombole e simili;
- macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'industria;
- materiali e componenti meccanici e simili;
- materiali antincendio e accessori;

- macchine e attrezzature per l'agricoltura e simili compresi ricambi e accessori;
- prodotti chimici, oli lubrificanti;
- impianti di gas liquido;
- ulteriori posteggi di commercio ambulante oltre quelli previsti dal piano e regolamento di cui all'art. 33;
- imprese artigiane quali officine meccaniche di riparazione auto e moto, carrozzerie e elettrauti;
- esercizi di Medie Strutture superiori a 500 mq per il commercio al dettaglio attinenti al settore merceologico alimentare.

2. Fatto salvo il diritto acquisito dagli esercizi che già svolgono le attività di cui al precedente comma 1 alla data di entrata in vigore del presente regolamento, sono quindi vietati nuovi insediamenti (anche per trasferimento o ampliamento della superficie di vendita o di esercizio) nonché estensioni merceologiche rispetto alla gamma prima commercializzata, per tali generi. L'inosservanza dei divieti in questione integra la fattispecie dell'attività abusiva, soggetta quindi alle sanzioni di cui all'art. 22 comma 1 del Decreto, con conseguente provvedimento di diffida e divieto della sua prosecuzione e, in caso di non ottemperanza, di chiusura dell'esercizio.

TITOLO IV - DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI

Art. 48 - Disposizioni transitorie per le medie e grandi strutture di vendita

1. I procedimenti autorizzatori relativi a medie e grandi strutture in essere al momento dell'entrata in vigore del presente regolamento, per i quali non sia già conclusa l'istruttoria, vengono definiti secondo i termini e le disposizioni stabilite dalla Legge Regionale, dal Regolamento Regionale o dal presente regolamento. I termini di cui sopra decorrono dalla data di entrata in vigore del presente regolamento.

2. Le domande per l'apertura di grandi strutture di vendita del settore merceologico non alimentare costituenti "polo di attrazione di interesse interregionale" sono irricevibili fino all'adozione degli atti di adeguamento degli strumenti urbanistici adottati ai sensi e per gli effetti della Legge Regionale, del Regolamento Regionale e delle direttive commerciali, nonché fino alla definizione dei parametri per la loro individuazione approvati della Giunta Regionale.

Art. 49 - Trattamento dei dati personali

1. Nell'adempimento delle competenze attribuite dal presente regolamento i competenti uffici dell'Amministrazione Comunale sono autorizzati al trattamento dei dati personali necessari ed indispensabili per l'esercizio delle funzioni previste e/o per il rilascio degli atti.

2. Il trattamento dei dati avverrà nel rispetto della legge 675/1996 e della vigente normativa in materia anche per quanto attiene alle misure minime di sicurezza di cui al D.P.R. 318/1999.

3. I dati saranno trattati, in via preferenziale, in forma elettronica.

4. E' consentita la trasmissione dei dati trattati mediante i sistemi informatici di comunicazione per lo scambio di informazioni fra uffici o per la comunicazione con soggetti esterni.

5. E' garantito in ogni caso all'interessato l'esercizio dei diritti di cui all'art. 13 della legge 675/1996.

Art. 50 - Abrogazioni ed efficacia

1. Dalla data di entrata in vigore del presente regolamento sono abrogate tutte le norme incompatibili contenute in precedenti regolamenti comunali o altri atti comunque denominati aventi valore normativo, salvo le deroghe ed eccezioni espressamente previste.

2. Ogni modificazione o abrogazione delle disposizioni contenute nel presente regolamento può avvenire esclusivamente mediante abrogazione o modificazione espressa delle stesse, salvo quanto disposto dall'art. 2.