

COMUNE DI TERNO D'ISOLA

(Provincia di Bergamo)

Piano del Commercio

Studio relativo alla distribuzione commerciale riguardante le medie strutture di vendita

(prescrizione su PGT - delibera n. 88 del 19/3/2012 della G. P. di Bergamo)
(L.R. 12/205 – D.C.R. 352/2007 – Dgr 5913/2007- Dgr 6024/2007 s.m.i.- L.R. 6/2010)

Comune di Terno d'Isola (BG)
Prot.n.0004108 in Arrivo
del 04-04-2016 UFFICIO TECNICO
Categoria 6 Classe 2
Fascicolo



ANGELO STRAOLZINI & PARTNERS
SERVIZI INTEGRATI PER IL COMMERCIO E GLI ENTI LOCALI

via Valcamonica 17/A - 25132 Brescia
telefono 0302411324 - fax 0303735390

PREMESSA

La presente relazione costituisce un adeguamento degli studi preliminari per la formazione del PGT relativo al settore del commercio al dettaglio ed è elaborata ai sensi delle d.g.r. 2/11/2007 n. 8/5913 e d.g.r. 5/12/2007 n. 8/6024. Infatti, nel Piano di Governo del Territorio, vanno individuate *le aree idonee ad ospitare insediamenti commerciali, in particolare le grandi e medie strutture di vendita*, nelle relative tipologie e dimensionamenti e secondo le diverse localizzazioni: negli Ambiti di Trasformazione (Documento di Piano) e nel tessuto urbano consolidato (Piano delle Regole). E' inoltre necessario, successivamente all'approvazione del PGT, procedere a definire i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita, esercizi di commercio al dettaglio con superficie di vendita compresa tra i 150 ed i 1.500 mq. Come noto, infatti, gli esercizi commerciali inferiori ai 150 mq sono soggetti a semplice "segnalazione certificata di inizio attività" (s.c.i.a.) ai sensi della legge 122 del 2010 e non abbisognano di alcun atto autorizzatorio per poter iniziare l'attività. L'assunzione di un provvedimento consequenziale al P.G.T. in materia di commercio, denominato "Piano del Commercio" rappresenta una prescrizione della Provincia di Bergamo. La deliberazione G.P. n. 88 del 19/3/2012, infatti, prevede che "*...sino alla redazione di uno studio relativo alla distribuzione commerciale riguardante le medie strutture di vendita, preso atto delle disposizioni e indicazioni contenute nel Piano delle Regole, si rimarca, tra l'altro, che:*

- a) *è escluso l'insediamento di medie e grandi strutture di vendita e di centri commerciali;*
- b) *sono confermate le medie strutture di vendita da assumersi da parte del Consiglio Comunale, preventivamente alla messa in atto delle procedure esistenti;*

Tale "Piano", deve essere assunto da parte del Consiglio Comunale, preventivamente alla messa in atto delle procedure "per il rilascio delle autorizzazioni della tipologia "media struttura di vendita", prevista dall'articolo 4, comma 1, lettera e), del D.lgs 114/98.

La definizione dei criteri programmatici è supportata, come previsto dalla succitata d.g.r. 5913/2007, da una ricognizione della struttura distributiva presente nel territorio comunale, con i necessari riferimenti ad una visione sovracomunale, con la valutazione degli aspetti critici esistenti e la conseguente individuazione delle più opportune linee di sviluppo urbanistico della rete commerciale locale.

I valori di riferimento inerenti la consistenza distributiva presente sul territorio comunale sono ripartiti per settore merceologico e per tipologia ex D.Lgs. 114/1998: la fonte di riferimento è costituita dalle anagrafiche delle autorizzazioni riportate nell'Osservatorio per il commercio istituito e gestito dalla Regione Lombardia.

QUADRO RICOGNITIVO

ANALISI DELLA RETE DISTRIBUTIVA

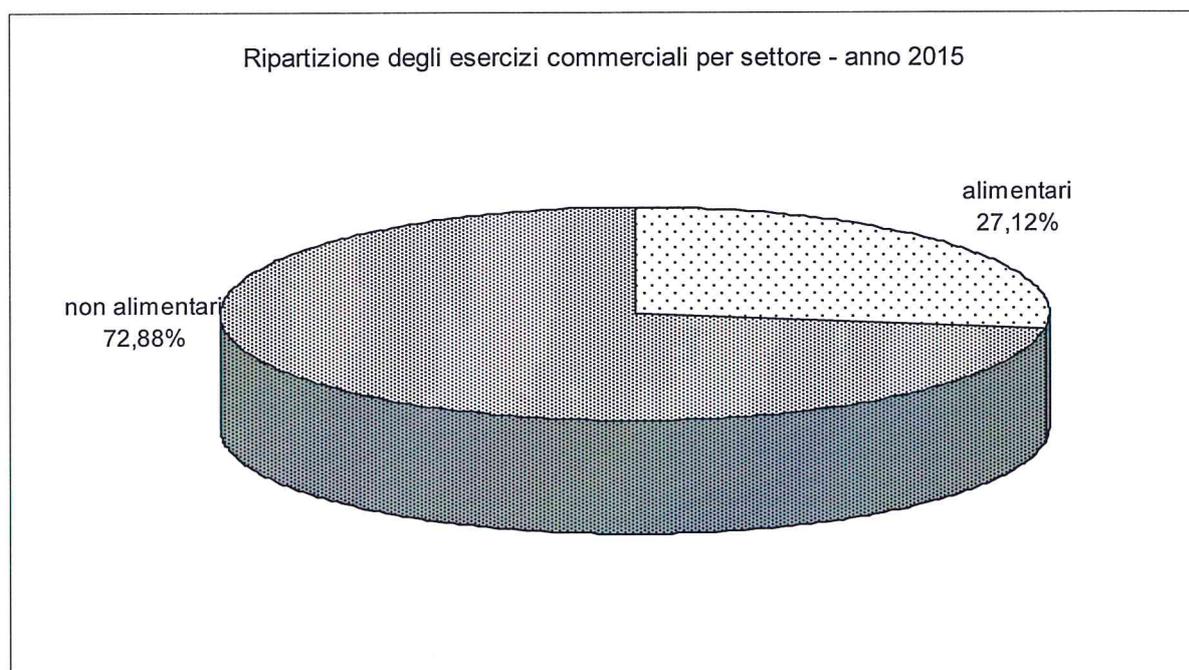
Consistenza ed evoluzione

La rete commerciale di Terno d'Isola *in essere* (* - vedi nota a fine paragrafo) è stata definita in un quadro sintetico attraverso i dati rilevati al giugno 2015 e, allo stesso tempo, si è delineata l'evoluzione che ha caratterizzato il settore in un periodo temporale decennale con riferimento agli anni 2005-2010-2015, anche in correlazione con l'andamento demografico.

Gli esercizi commerciali sono stati classificati in base alla merceologia alimentare e non alimentare, definita secondo il criterio della prevalenza.

Gli esercizi commerciali al dettaglio del Comune sono attualmente 59, dei quali 16 sono alimentari e 43 non alimentari. Se si osserva la composizione percentuale il 27,12% dei punti vendita appartenente al settore alimentare, mentre il 72,88% ai non alimentari.

GRAFICO 1



L'evoluzione della rete distributiva in sede fissa nell'arco temporale 2005-2015, mette in luce un mantenimento dell'offerta, dato che i negozi sono sempre 59; tuttavia la linea evolutiva del

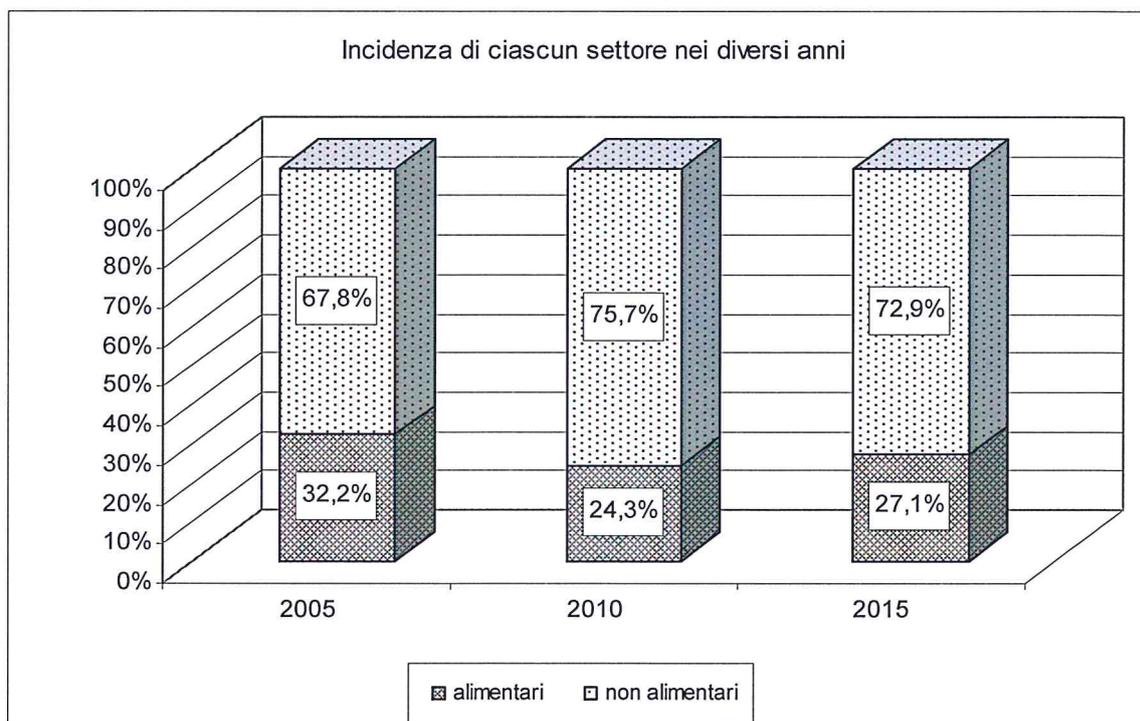
periodo ha un andamento discontinuo in quanto la crescita rilevata dal 2005 al 2010 (+11 esercizi), è seguita, nel quinquennio successivo, da un calo di analoga entità (-11).

La relativa stabilità numerica è però contrassegnata da diversi andamenti dei due settori merceologici: i punti vendita alimentari sono in costante contrazione passando dai 19 del 2005 ai 17 del 2010 agli attuali 16. Gli esercizi non alimentari seguono un trend meno costante in quanto erano 40, nel 2010 aumentano a 53 e attualmente sono scesi a 43. Ciò significa che, se nel 2005 il comparto non alimentare aveva un peso pari al 67,8% e nel 2010 del 75,7%, secondo i dati recenti esso copre il 72,9% dell'offerta commerciale, poco meno dei tre quarti del sistema commerciale locale.

TABELLA 1: Evoluzione del numero degli esercizi commerciali

	2005	2010	2015
ALIMENTARI	19	17	16
NON ALIMENTARI	40	53	43
TOTALE	59	70	59

GRAFICO 2



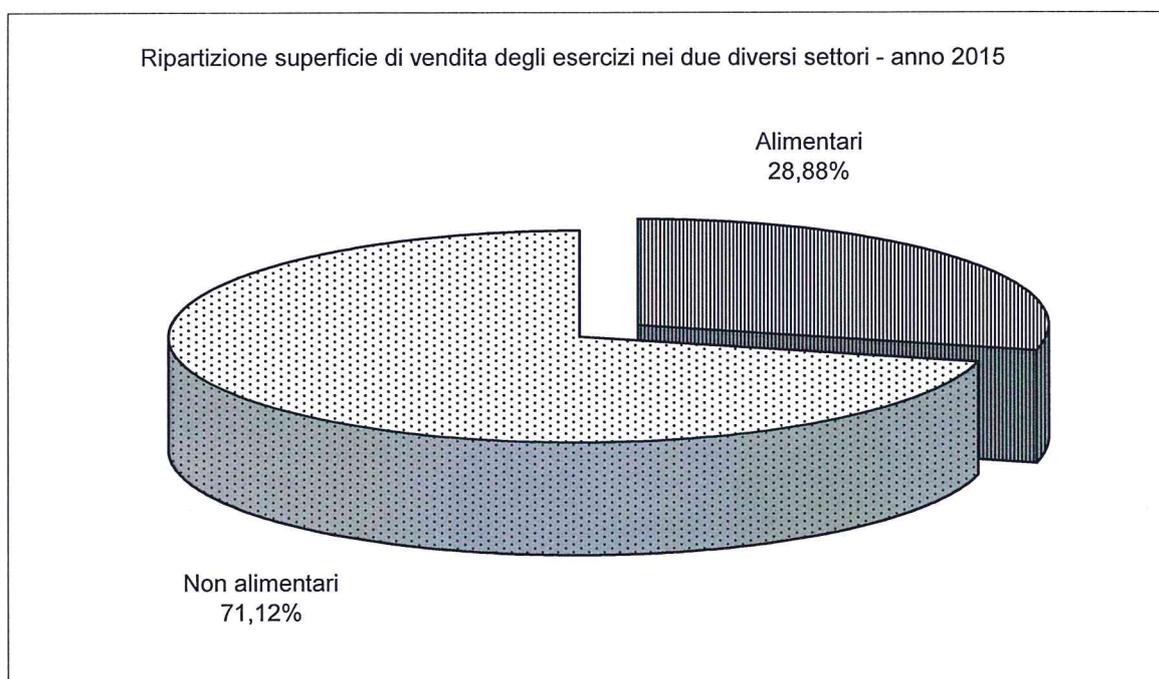
Dalla rappresentazione grafica precedente si osserva che il settore alimentare, come numero di esercizi, assume un peso inferiore a quello del passato all'interno dell'offerta merceologica del Comune, mentre l'andamento delineato dagli esercizi non alimentari, porta verso una incidenza di rilievo.

Altre caratteristiche della rete commerciale sono importanti per poter valutare l'offerta commerciale: accanto al numero degli esercizi, infatti, si considera anche la superficie occupata globalmente e quella dei due diversi settori.

Attualmente la superficie di vendita totale dei negozi operanti nel Comune è di 4.536 mq, ripartita fra i 1.310 mq del settore alimentare e i 3.226 mq di quello non alimentare.

In termini di superficie di vendita in percentuale gli esercizi non alimentari coprono il 71% del totale, mentre agli alimentari spetta un 29%.

GRAFICO 3



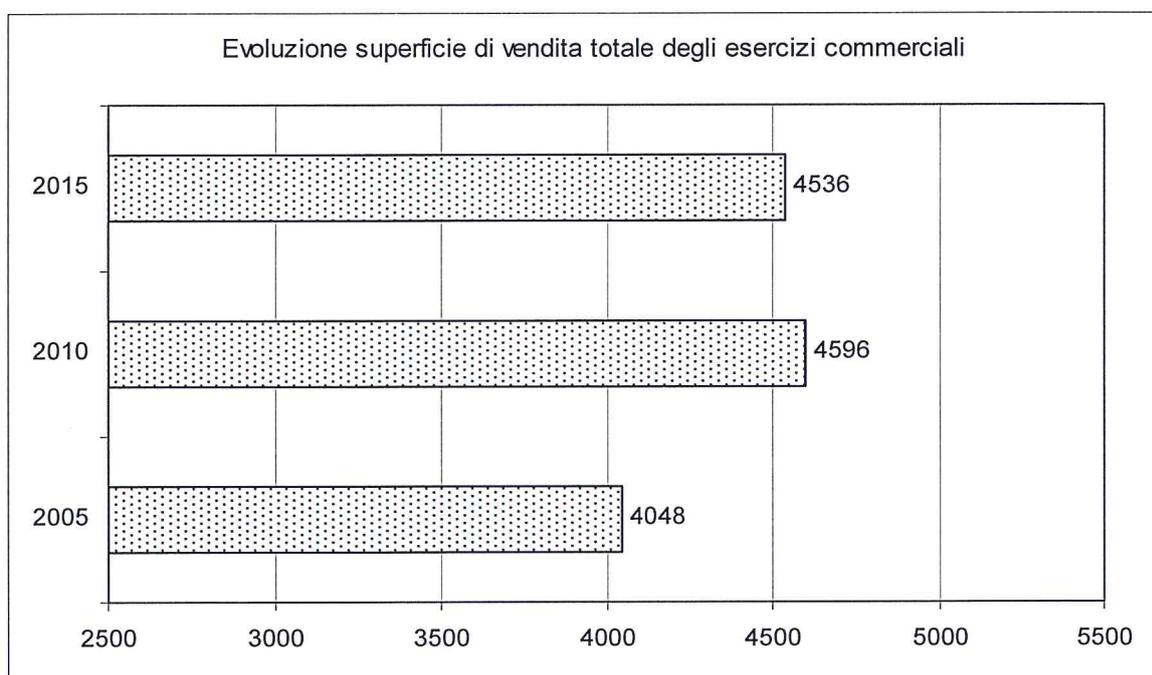
Dal raffronto della situazione attuale con quella passata, si evidenzia che dal 2005 al 2010 il settore commercio è stato caratterizzato da un aumento della superficie di vendita totale che poi si ridimensiona lievemente dal 2010 al 2015. Tale valore passa infatti dai 4.048 mq del 2005 ai 4.596 mq del 2010, per assestarsi su 4.536 mq.

TABELLA 2 Superficie di vendita in mq

	2005	2010	2015
ALIMENTARI	1.764	1.550	1.310
NON ALIMENTARI	2.284	3.046	3.226
TOTALE	4.048	4.596	4.536

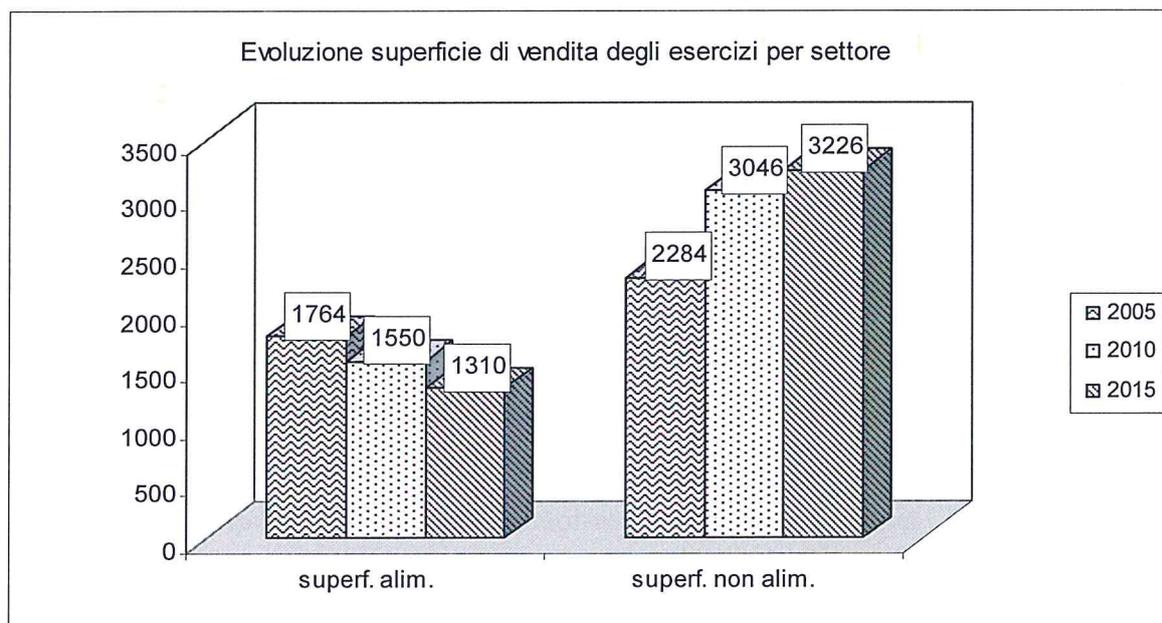
In termini percentuali la variazione della superficie di vendita sul decennio 2005-2015 è positiva ed è pari al +12,1%: l'andamento della stessa nell'intervallo considerato, tuttavia, non è stato costante: dal 2005 al 2010 l'incremento di area di vendita è pari ad un +14% mentre negli ultimi 5 anni si assiste ad una flessione minima poco superiore all'1%.

GRAFICO 4



Le superfici dei due settori merceologici presentano un andamento diverso: il comparto alimentare è in lieve ma costante calo, fra il 2005 e il 2010 la perdita è di 214 mq (pari ad un -12%), nel periodo successivo, 2010-2015, si rileva un -240 mq (-15%). Al contrario gli esercizi non alimentari incrementano costantemente la propria superficie complessiva: nel 2005 coprivano un'area di 2.284 mq, passano a 3.046 mq nel 2010 e a 3.226 mq per la rilevazione del 2015.

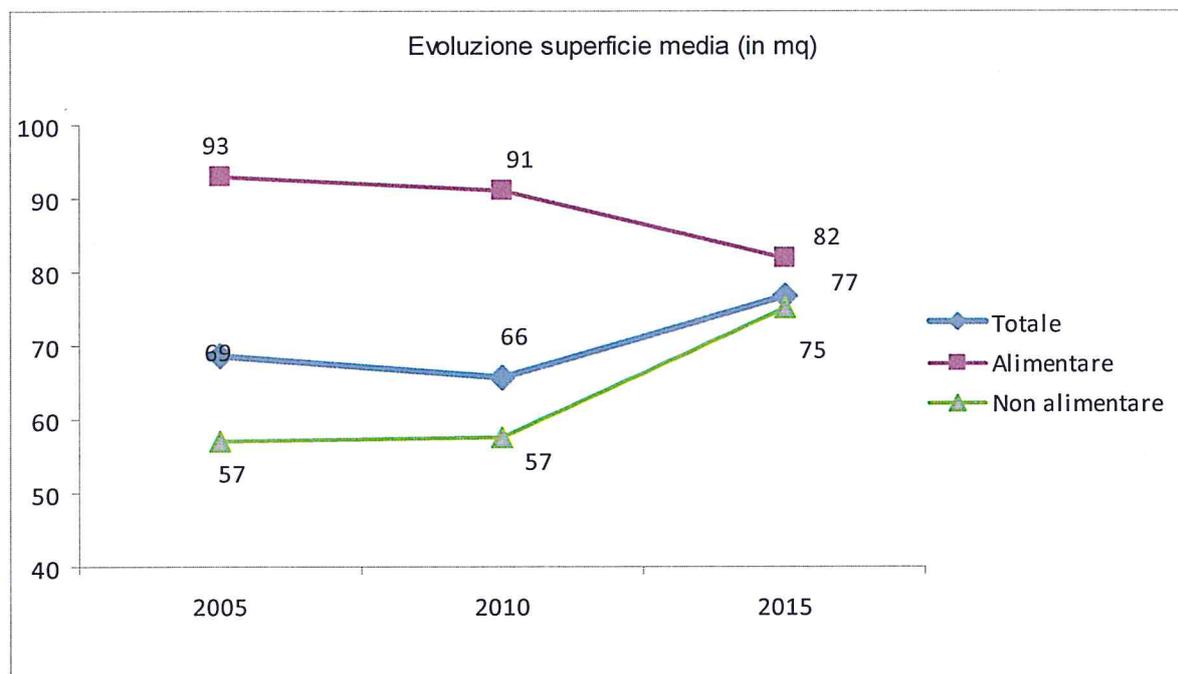
GRAFICO 5



La superficie media complessiva degli esercizi commerciali del Comune dal 2005 ad oggi si è incrementata, da 69 mq del 2005 a 77 mq del 2015; in linea con tale tendenza, il dato medio del settore non alimentare aumenta, passando da 57 mq nel 2005 a 75 mq del 2013.

Per gli esercizi alimentari, invece, il trend è opposto, dato che la superficie media va via via diminuendo, da 93 mq nel 2005, a 91 nel 2010, per giungere a 82 nel 2015.

GRAFICO 6



I dati riferiti alla **densità commerciale** del territorio comunale (ovvero al rapporto fra il numero degli abitanti e gli esercizi disponibili), mostrano una variazione significativa, sia a livello totale che settoriale, fra il 2005 e il 2015: da 107 abitanti per esercizio nel 2005 a 136 nel 2015, con una riduzione in termini di servizio, data la crescita demografica del periodo.

TABELLA 3: Abitanti per esercizio commerciale

Densità per esercizio commerciale	2005	2015
Abitanti per esercizio alimentare	333	500
Abitanti per esercizio non alimentare	158	186
Abitanti per esercizio (complessivo)	107	136

Un ulteriore elemento significativo di misurazione della densità commerciale è quello riferito al rapporto mq di superficie di vendita per 1.000 abitanti.

TAB 4: mq. di superficie di vendita per 1000 abitanti

Densità mq	2005	2015
Superficie alimentare x 1000 abitanti	279	164
Superficie non alimentare x 1000 abitanti	360	404
Superficie totale x 1000 abitanti	639	568

Dal raffronto dei valori odierni a quelli del 2005 si rileva che i mq di superficie di vendita ogni mille abitanti passano da 639 a 568. Tale fatto è il risultato di un duplice fenomeno: l'aumento consistente della popolazione (da 6.333 a 7.995, pari al + 25,2%) accompagnato solo da spunti positivi della superficie della rete commerciale, da 4.048 a 4.536 pari +12,5%. Tutto ciò è associato a una rarefazione del servizio che si evidenzia dalla crescita dell'indicatore abitanti per esercizio: 136 nel 2015 rispetto a 107 nel 2005.

Questa contrazione della quantità di servizio commerciale a disposizione dei residenti è

dovuto essenzialmente al fatto che l'evoluzione della rete commerciale al dettaglio non è stata al passo con la crescita demografica.

Altro elemento di valutazione è costituito dal raffronto con le situazioni territoriali più ampie: zona omogenea, Provincia e Regione.

Densità mq	Terno d'Isola	Zona omogenea	Provincia Bergamo	Regione Lombardia
Superficie alimentare x 1000 abitanti	164	357	409	374
Superficie non alimentare x 1000 abitanti	404	766	1.236	1.253
Superficie totale x 1000 abitanti	568	1.124	1.645	1.627

Come si può vedere la carenza di servizio risulta evidente.

Classificazione ai sensi del D.lgs 114/98

La rete commerciale di Terno d'Isola è stata ripartita, ai sensi del D.Lgs. 114/1998, in:

- esercizi di vicinato (EV), con superficie di vendita fino a 150 mq;
- medie strutture di vendita (MSV), con superficie di vendita compresa tra 150 e 1.500 mq;
- grandi strutture di vendita (GSV), i negozi che superano la soglia dei 1.500 mq.

Sulla base di questi criteri si rileva la seguente distribuzione commerciale:

- 53 EV (pari all'89,8% del totale);
- 6 MSV (pari al 10,2% del totale);
- nessuna GSV.

Dei 53 esercizi di vicinato, 14 (26,4%) fanno capo del settore alimentare, mentre i restanti 39 (73,4%) appartengono al settore non alimentare.

Per quanto riguarda le medie strutture di vendita, 2 delle 6 presenti (pari al 33,3%) sul territorio esercitano l'attività prevalentemente nel comparto alimentare. La situazione riepilogativa è la seguente:

	alimentari		Non alimentari		Totale	
	n°	mq	n°	mq	N°	mq
EV	14	677	39	1915	53	2592
MSV	2	633	4	1311	6	1944
TOTALE	16	1310	43	3226	59	4536

Se si analizzano i dati sotto il profilo della superficie di vendita, lo spazio occupato dalle medie strutture di vendita è di mq. 1.944, pari al 42,8% del totale, a fronte di un'incidenza numerica degli esercizi pari al 10,2%.

() la rilevazione è stata effettuata sulle attività commerciali in essere, cioè attive, in quanto il Comune di Terno d'Isola ha rilasciato nel passato, prima dell'approvazione del PGT, 3 medie strutture di vendita per le seguenti superfici:*

- 1) msv alimentare: mq. 800 (600 al + 200 no al.)*
- 2) msv non alimentare: mq. 500*
- 3) msv non alimentare: mq. 200*

Tali esercizi non essendo ancora stati attivati non costituiscono un valore indicatore della situazione in atto, ma incidono nelle valutazioni sulle potenzialità di sviluppo della rete commerciali, in quanto le relative autorizzazioni risultano valide ed efficaci, essendo prorogate in contestualità con il completamento della procedura edilizia.

ANALISI DEMOGRAFICA

I valori riguardanti la popolazione del Comune di Terno d'Isola mostrano un complessivo andamento di crescita (+1664 in 10 anni dal 2005 al 2014). Tuttavia l'incremento annuo che ha sempre caratterizzato la popolazione residente del Comune è andato via via riducendosi: infatti dal 2003 al 2009 l'aumento annuale ammontava a qualche centinaia di abitanti, mentre successivamente è risultato inferiore a tale soglia ad eccezione del 2013 quando la crescita ha superato i cento abitanti.

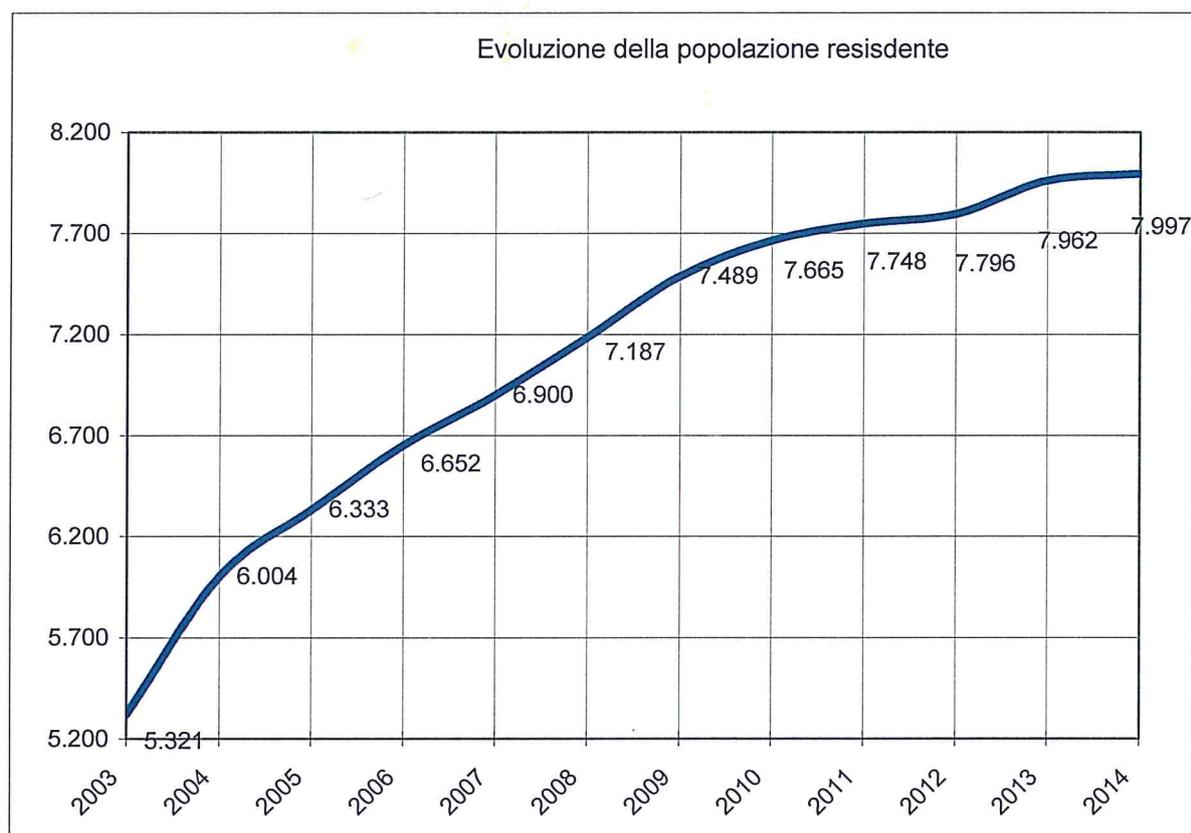
Lo sviluppo complessivo, negli ultimi 10 anni, è di 1664 persone, +26,3%.

TABELLA 5: Evoluzione della popolazione residente

Anno	Abitanti	Variazioni		
		Anni	in valore	in %
2003	5.321	2004-2003	683	12,8%
2004	6.004	2005-2004	329	5,5%
2005	6.333	2006-2005	319	5,0%
2006	6.652	2007-2006	248	3,7%
2007	6.900	2008-2007	287	4,2%
2008	7.187	2009-2008	302	4,2%
2009	7.489	2010-2009	176	2,4%
2010	7.665	2011-2010	83	1,1%
2011	7.748	2012-2011	48	0,6%
2012	7.796	2013-2012	166	2,1%
2013	7.962	2014-2013	35	0,4%
2014	7.997			
2015*	7.995			
		2014-2010	332	4,3%
		2014-2005	1.664	26,3%

* il dato del 2015 è riferito al periodo gennaio – ottobre.

GRAFICO 7



L'**indice di vecchiaia** (rapporto fra i residenti con età inferiore ai 14 anni e quelli che hanno più di 65 anni) degli abitanti di Terno d'Isola, secondo i dati più recenti, è pari a 67,4, assai inferiore al valore medio provinciale che è 127,5. Inoltre nel 2011 l'indice di vecchiaia del Comune si attestava su 57, mentre in provincia di Bergamo esso è pari a 115,1, quindi con una popolazione molto più giovane rispetto alla media provinciale.

CONFRONTO TRA DOMANDA E OFFERTA COMMERCIALE E VALUTAZIONE DELL'INCIDENZA DELLA COMPONENTE GRAVITAZIONALE RIVOLTA ALL'ESTERNO DEL TERRITORIO COMUNALE

In assenza di studi analitici sui comportamenti d'acquisto delle famiglie e di conseguenza sulle gravitazioni commerciali da e per Terno d'Isola, l'analisi di tale aspetto delle indagini preliminari previste per la definizione del presente provvedimento può essere condotta in via indiretta, utilizzando la ricognizione sull'offerta commerciale locale, contenuta nella prima parte della relazione, ed alcuni valori di riferimento indicati dalla Regione Lombardia attinenti la produttività delle diverse tipologie commerciali e l'unità territoriale di ubicazione.

Se confrontiamo i valori di consumo dei residenti ricavabili dall'Osservatorio Regionale sul Commercio (2.443 euro annui pro-capite per gli alimentari e 3.262 euro non alimentari) con i dati dimensionali della rete di vendita ed i relativi indici di produttività, ricaviamo che l'evasione di spesa fuori dal territorio comunale è pari all'86,2% per gli alimentari ed all'88.1% per i non alimentari. Si tratta di una quota di spesa decisamente elevata che evidenzia una limitata capacità di risposta della rete distributiva locale alle esigenze dei consumatori residenti.

stima dell'evasione di spesa fuori dal territorio comunale

(fonte: banca dati Regione Lombardia)

abitanti 7995

consumi

	pro-capite	totali
alimentari €	2443	19531785
non alimentari €	3262	26079690
totali €	5705	45611475

struttura distributiva

alimentari

	esv	msv1 (< 600 mq)	msv2 (> 600 mq)	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	677	633	0	0	
produttività a mq. €	2014	2117	4441	7023	
fatturato totale €	1363478	1340061	0	0	2703539

non alimentari

	esv	msv1 (< 600 mq)	msv2 (> 600 mq)	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	1915	701	610	0	
produttività a mq. €	826	826	1549	2995	
fatturato totale €	1581790	579026	944890	0	3105706

evasione di spesa

	alimentari	non alim.	totale
mercato teorico residenti €	19531785	26079690	45611475
fatturato rete di vendita €	2703539	3105706	5809245
evasione di spesa €	16828246	22973984	39802230
evasione di spesa %	86,2%	88,1%	87,3%

Legenda: esv = esercizi di vicinato (< 150 mq)
 msv1 = medie strutture di vendita inferiori ai 600 mq
 msv2 = medie struttura di vendita da 600 a 1.500 mq
 gsv = grandi strutture di vendita

L'ANALISI SOVRACOMUNALE

Al fine di effettuare un livello di comparazione degli indici di densità si è provveduto a confrontare i dati della struttura distributiva comunale con quelli della zona omogenea, come risultano dalla banca dati regionale al 2015 riportata nell'Osservatorio Regionale sul Commercio.

Come si può vedere dalla tabella sottoriportata i valori di densità commerciale di Terno d'Isola si presentano leggermente più contenuti rispetto ai dati medi di comparazione: 570 mq di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti contro i 1.124 della zona omogenea (Comuni confinanti).

Al fine di una più corretta comparazione fra le capacità di servizio ai residenti delle diverse realtà territoriali, è opportuno considerare i valori riferiti agli esercizi di vicinato: sotto questo profilo Terno d'Isola si colloca sulla media dell'area (326 mq/1000 ab contro i 370), mentre nei valori delle medie strutture di vendita i valori di Terno d'Isola sono di poco superiori alla metà del dato zonale (244 mq/1000 ab contro i 436)

La valutazione che si può ricavare dai dati così delineati è che la struttura distributiva di Terno d'Isola è appena sufficiente in funzione del solo servizio di immediata prossimità ai residenti: mancano iniziative di più ampio bacino di attrazione, non tanto sovracomunale ma anche solo comunale.

INDIRIZZI E CONTENUTI DEL PIANO DEL COMMERCIO

La stesura dello specifico Piano del Commercio, quale strumento attuativo del P.G.T. si prefigge, tra l'altro, di meglio specificare la disciplina delle attività commerciali, sia rapportandola alla strumentazione urbanistica consolidata già in essere, sia adeguandola alla disciplina regionale e nazionale emanata nell'ultimo quinquennio.

A tale proposito è utile evidenziare quanto segue:

- A) la legge 214 del 22/12/2011 precisa all'articolo 31, comma 2 che: *...secondo la disciplina dell'Unione Europea e nazionale in materia di concorrenza, libertà di stabilimento e libera prestazione di servizi, costituisce principio generale dell'ordinamento nazionale la libertà di apertura di nuovi esercizi commerciali sul territorio senza contingenti, limiti territoriali o altri vincoli di qualsiasi altra natura, esclusi quelli connessi alla tutela della salute, dei lavoratori, dell'ambiente, ivi incluso l'ambiente urbano e dei beni culturali...*" e nel successivo articolo 34, riprendendo il testo dell'articolo 3 comma 1, del DL 223/2006, afferma che: *"...la disciplina delle attività economiche è improntata al principio della libertà di accesso, di organizzazione e di svolgimento, fatte salve le esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l'ordinamento comunitario, che possono giustificare l'introduzione di previ atti amministrativi di assenso o autorizzazione o di controllo, nel rispetto dei principi di proporzionalità..."*.

Regione e Comuni erano tenuti ad adeguare i propri ordinamenti alle suddette prescrizioni entro il 31 dicembre 2012.

Ne consegue che non possono essere più stabilite misure di limitazione delle tipologie di vendita se non quelle che abbiano come riferimento l'ambiente e quello urbano, in particolare.

- B) nell'analisi evolutiva del quinquennio 2010-2015 si è registrata un'involuzione numerica della struttura distributiva locale, con un decremento significativo nel numero degli esercizi (-11 unità) che ha riassorbito interamente la crescita della prima metà degli anni 2000. A fronte di questo dato negativo, sta il fatto che, nonostante questa decrescita, i valori dimensionali della superficie di vendita sono stati mantenuti, il che indica la messa in moto di un processo di qualificazione. Stando alle iniziative in atto, ovvero le 3 autorizzazioni già rilasciate e non ancora attivate, l'evoluzione positiva sta interessando anche il fattore quantitativo;

C) i dati sulla domanda, invece, continuano ad esprimere una certa preoccupazione: un'elevata quota della spesa delle famiglie di Terno d'Isola (oltre l'85%) è infatti tuttora indirizzata per i propri acquisti anche dei beni di prima necessità (alimentari) in strutture di vendita fuori dal territorio comunale, indice di una scarsa competitività del sistema commerciale locale nei confronti delle strutture distributive più significative ubicate nell'area omogenea;

D) Il progetto di PGT, approvato dal Comune e dalla Provincia di Bergamo, non propone come necessarie operazioni di grande scala ma si limita, attraverso le normative del Piano delle Regole, a consolidare la preservazione di un sistema distributivo locale, costituito in prevalenza dagli esercizi di vicinato e di servizio di prossimità, in relazione ai tessuti edificati ed edilizi esistenti, rafforzandolo con l'insediamento di alcune medie strutture di vendita ritenute dalla programmazione regionale quale elemento portante di una struttura distributiva urbana finalizzata a ricercare una solida autonomia. La strategia è dunque quella di puntare sì ad una maggiore dimensione degli insediamenti ma nell'ambito della media struttura di vendita (fino a 1.500 mq) e con localizzazione urbana, integrata alla residenza ad accessibilità non solo veicolare, ma facilmente raggiungibile anche pedonalmente. Possibilmente dovrebbe trattarsi di piccole aggregazioni commerciali, se possibile completate da piccole attività di servizio e di commercio, di sosta.

A tale scopo si prevede, accanto alla diffusione territoriale senza limiti della tipologia "esercizio di vicinato, la conferma, coerentemente alle previsioni di PGT, delle 3 medie strutture di vendita già autorizzate nel sistema "residenza" e la possibilità di insediamento, anch'essa in conformità al PGT, di medie strutture di vendita nei diversi ambiti territoriali nei quali il PGT ammette l'ammissibilità. Non sono previste "grandi strutture di vendita", in quanto nella specifica situazione territoriale, ricorrono i "motivi imperativi di interesse generale" richiamati dall'articolo del D.lgs 59/2010 e, per l'esattezza, quelli riferiti alla lettera h) e specificatamente "*le ragioni di tutela dell'ambiente, incluso l'ambiente urbano*".

Tali ragioni sono rintracciabili altresì negli atti di programmazione regionale e precisamente:

- D.c.r. 13/3/2007 n. VIII/352: forte disincentivazione all'apertura di grandi strutture di vendita mediante la creazione di superficie di vendita aggiuntiva; congruenza delle previsioni con le dimensioni demografiche locali e la capacità di attrazione del bacino d'utenza;
- D.c.r. 2/10/2006 n. VIII/215: nell'ambito commerciale metropolitano, in cui ricade il Comune di Terno d'Isola, è previsto un forte disincentivo all'apertura di grandi strutture di vendita.

Tali orientamenti sono assunti in quanto, generalmente, una grande struttura di vendita genera forti impatti sull'assetto territoriale, sia nel breve che nel medio periodo: è quindi necessario considerare e proiettare attentamente tali aspetti al fine di cogliere le conseguenze urbanistiche nell'ambito dei vari elaborati di PGT. Il Comune di Terno d'Isola ha effettuato, in sede di PGT, questa valutazione arrivando alla conclusione di valenza generale, e non solo specifica commerciale, che tali insediamenti siano non compatibili con l'assetto ambiente ed urbanistico del territorio.

Sulla base di questi elementi:

- 1) tendenza evolutiva e soddisfacimento dei bisogni di servizio dei residenti;
- 2) rispetto del progetto urbanistico del PGT;
- 3) modifiche normative finalizzate alla liberalizzazione delle attività commerciali,

si è proceduto alla definizione del “Piano del Commercio” che valuta la coerenza dello specifico settore del commercio al dettaglio con la normativa in essere a livello nazionale e regionale e disciplina il rilascio delle autorizzazioni della tipologia “media struttura di vendita”.

Pertanto il presente studio ed il quadro normativo allegato hanno le seguenti caratteristiche:

- 1) *conferma del divieto di insediamento di grandi strutture di vendita;*
- 2) *conferma delle zone di insediamento per medie strutture di vendita previste dal PGT vigente, quindi mantenendo inalterato il consumo di suolo previsto dallo strumento urbanistico;*
- 3) *disciplina dei criteri e delle procedure autorizzative per le medie strutture di vendita.*

Di seguito viene condotta una sintetica verifica sulla compatibilità di tali variazioni con una serie di fattori di ordine commerciale, territoriale e giuridico.

Compatibilità commerciale

Considerando i livelli di evasione di spesa della popolazione residente alla data odierna, con le strutture commerciali esistenti al 2015 (vedi tavola 1), il raggiungimento, puramente teorico, di una situazione di equilibrio tra “domanda” della popolazione e “offerta” della rete distributiva renderebbe possibile il rilascio di autorizzazioni per medie strutture di vendita per

una dimensione di mq 16.795,49 rispetto a quelle esistenti ed a quelle già autorizzate. Si tratta di un valore commercialmente “impossibile” considerando che l’attuale struttura complessiva del commercio al dettaglio è pari a mq. 4.536 di area di vendita e che evidenzia come le previsioni insediative di PGT per queste tipologie, come distribuite nei diversi ambiti del territorio comunale, siano più che sufficienti per l’obiettivo di garantire una diffusione del servizio commerciale di prossimità e di attrazione di scala comunale, da effettuarsi anche attraverso l’ammodernamento della rete commerciale locale, con operazioni di ampliamento, concentrazione e accorpamento, trasferimento. I nuovi futuri insediamenti non avranno dunque, sotto il profilo econometrico, carattere sovracomunale in quanto attingeranno teoricamente esclusivamente dalla domanda locale, per raggiungere i livelli di produttività stimati dalla Regione Lombardia.

TAVOLA 1

stima dell'evasione di spesa fuori dal territorio comunale

(fonte: banca dati Regione Lombardia)

abitanti 7995

consumi

	pro-capite	totali
alimentari €	2443	19531785
non alimentari €	3262	26079690
totali €	5705	45611475

struttura distributiva

alimentari

	esv	msv1 (< 600 mq)	msv2 (> 600 mq)	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	677	633	0	0	
produttività a mq. €	2014	2117	4441	7023	
fatturato totale €	1363478	1340061	0	0	2703539

non alimentari

	esv	msv1 (< 600 mq)	msv2 (> 600 mq)	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	1915	701	610	0	
produttività a mq. €	826	826	1549	2995	
fatturato totale €	1581790	579026	944890	0	3105706

evasione di spesa

	alimentari	non alim.	totale
mercato teorico residenti €	19531785	26079690	45611475
fatturato rete di vendita €	2703539	3105706	5809245
evasione di spesa €	16828246	22973984	39802230
evasione di spesa %	86,2%	88,1%	87,3%

Legenda: esv = esercizi di vicinato (< 150 mq)
 msv1 = medie strutture di vendita inferiori ai 600 mq
 msv2 = medie struttura di vendita da 600 a 1.500 mq

gsv = grandi strutture di vendita

stima dell'evasione di spesa fuori dal territorio comunale

(fonte: banca dati Regione Lombardia)

abitanti	7995
-----------------	------

consumi

	pro-capite	totali
alimentari €	2443	19531785
non alimentari €	3262	26079690
totali €	5705	45611475

struttura distributiva

alimentari

	esv	msv1 (< 600 mq)	msv2 (> 600 mq)	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	677	633	3789,28	0	
produttività a mq. €	2014	2117	4441	7023	
fatturato totale €	1363478	1340061	16828192	0	19531731

non alimentari

	esv	msv1 (< 600 mq)	msv2 (> 600 mq)	gsv	totale
superficie di vendita (mq)	1915	1311	15116,21	0	
produttività a mq. €	826	826	1549	2995	
fatturato totale €	1581790	1082886	23415009	0	26079685

evasione di spesa

	alimentari	non alim.	totale
mercato teorico residenti €	19531785	26079690	45611475
fatturato rete di vendita €	19531731	26079685	45611416
evasione di spesa €	54	5	59
evasione di spesa %	0,0%	0,0%	0,0%

Legenda: esv = esercizi di vicinato (< 150 mq)
 msv1 = medie strutture di vendita inferiori ai 600 mq
 msv2 = medie struttura di vendita da 600 a 1.500 mq

gsv = grandi strutture di vendita

Compatibilità territoriale

Il Comune di Terno d'Isola appartiene all'ambito territoriale definito, ai sensi della D.C.R. 2/10/2006 n. VIII/215 paragrafo 4.2, "ambito commerciale metropolitano".

Per quest'ambito territoriale, il vigente Programma Pluriennale per lo Sviluppo del Settore Commerciale individua i seguenti indirizzi di riqualificazione e sviluppo sostenibile della rete distributiva:

- 1) *Riqualificazione, razionalizzazione e ammodernamento degli insediamenti e dei poli commerciali già esistenti, compresi i parchi commerciali di fatto;*
- 2) *Forte disincentivo alla apertura e all'eccessivo ampliamento di grandi strutture di vendita realizzate mediante l'utilizzo di nuova superficie di vendita;*
- 3) *Promozione della localizzazione della media distribuzione in contesti ad alta densità abitativa purché integrati ad interventi di riqualificazione complessiva e di salvaguardia del commercio di vicinato*
- 4) *Disincentivo al consumo di aree libere ed attenzione alla localizzazione in aree dismesse di nuovi insediamenti distributivi, da realizzarsi esclusivamente in quelle aree in cui sia certificato il non superamento dei valori di concentrazione limite accettabili per l'inquinamento del suolo, sottosuolo, acque superficiali e acque sotterranee così come stabilito dalla normativa vigente in materia ambientale;*
- 5) *Consolidamento della funzionalità e del livello di attrazione del commercio nei principali centri urbani, attraverso la valorizzazione di tutte le forme distributive, con particolare attenzione alla rete distributiva di prossimità;*
- 6) *Integrazione delle attività commerciali con i diversi sistemi produttivi locali;*
- 7) *Attenzione al rapporto con il movimento delle persone e delle merci e alle scelte di localizzazione degli spazi logistici.*

Come si può vedere, in particolare con riferimento ai punti 1, 2, 3 e 4, l'impostazione programmatica del PGT 2012 del presente "Piano del Commercio", risulta coerente con gli indirizzi di riqualificazione e sviluppo sostenibile della rete, dettati dalla Regione Lombardia. Anche per quanto attiene gli indirizzi generali per la programmazione urbanistica del settore commerciale, D.C.R. 13 marzo 2007 n. VIII/352, risulta positivo il livello di compatibilità in quanto il paragrafo 2 sottolinea la necessità che il PGT assuma come obiettivi:

- a) la congruenza delle previsioni con il livello di gerarchia urbana che contraddistingue il Comune;
- b) la salvaguardia dell'equilibrio tra le diverse tipologie distributive;
- c) la minimizzazione del consumo di suolo;
- d) la compatibilità ambientale;
- e) l'adeguatezza del livello di accessibilità e dotazione dei servizi;
- f) la conservazione degli esercizi e delle aree commerciali storiche.

Le previsioni insediative oltre che alla coerenza con il PGT appaiono del tutto in linea con l'insieme degli obiettivi sopra delineati, in quanto non si prevedono grandi strutture di vendita, nè strutture sovracomunali; viene mantenuto un equilibrio tra esercizi di vicinato e medie strutture di vendita, non si accresce il consumo di suolo, si garantiscono localizzazioni adeguate sotto il profilo funzionale.

Compatibilità giuridica

Il “Piano del Commercio” ridefinisce l'articolazione delle medie strutture di vendita senza introdurre divieti o limiti assoluti, ma consente l'insediamento della media struttura fino alla soglia dimensionale prevista dal D.lgs 114/98 (mq. 1.500 di superficie di vendita per i Comuni con meno di 10.000 abitanti), individuando le diverse opportunità insediative in funzione della coerenza con l'ambiente urbano e dei principi della L.r. 12/2005. Questa impostazione corrisponde alla nuova disciplina varata con la Legge 214/2011 (di conversione del DL 201/2011), in quanto non stabilisce divieti basati su presupposti diversi da quelli del rispetto dell'ambiente urbano.

Va precisato comunque che, ai fini della verifica della effettiva praticabilità e dell'impatto degli insediamenti, è stato effettuato un controllo, con esito positivo, anche sotto il profilo commerciale.

Sulla base di quanto sopra i contenuti del PGT sono stati ritenuti “conformi” al quadro normativo più generale di carattere nazionale, regionale e provinciale e pertanto si è proceduto alla individuazione localizzativa e alla normazione delle procedure autorizzative per le medie strutture di vendita.

ALLEGATO NORMATIVO

Criteria per il rilascio delle autorizzazioni di media struttura di vendita

(articolo 8 D.lgs 114/98 – D.g.r. 6024/2007 e ss.mm.ii. – L.r. 12/2005)

INDICE

- 1. AMBITO DI APPLICAZIONE**
- 2. DEFINIZIONI**
- 3. CRITERI DI AUTORIZZABILITA'**
- 4. APERTURA, AMPLIAMENTO, TRASFERIMENTO E ALTRE MODIFICHE**
- 5. PROCEDIMENTO PER MEDIE STRUTTURE SOVRACOMUNALI**
- 6. OPERAZIONI SOGGETTE A COMUNICAZIONE**
- 7. SUBINGRESSO**
- 8. CESSAZIONE DELL'ATTIVITA'**
- 9. SOSPENSIONE DELL'ATTIVITA'**
- 10. REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE**
- 11. CASI PARTICOLARI**
- 12. ATTIVITA' PARACOMMERCIALI E ARTIGIANATO DI SERVIZIO**
- 13. SANZIONI**
- 14. DISPOSIZIONI FINALI**

1. AMBITO DI APPLICAZIONE

Le presenti norme disciplinano i criteri e le procedure per il rilascio delle autorizzazioni commerciali per lo svolgimento delle attività di vendita al dettaglio in sede fissa per medie strutture di vendita, art. 8 del D.Lgs. 31.3.1998 n. 114, in conformità a quanto previsto dalla l.r. 6 del 2.2.2010, dalla d.c.r. 2.10.2006 n. VIII/215 e relative modalità applicative e dalla d.g.r. 5.12.2007 n. 8/6024 e successive modificazioni ed integrazioni.

2. DEFINIZIONI

- 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;
- superficie di vendita di un esercizio commerciale l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili con esclusione della superficie destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, aree a disposizione dei consumatori (quali gallerie, scale mobili, ascensori, nastri trasportatori, aree di sosta degli automezzi, anche se coperte ed i relativi corselli di manovra). L'area di vendita del singolo esercizio commerciale è circoscritta, separata e distinta da quella degli eventuali altri esercizi commerciali, anche se contigui.
- media struttura di vendita gli esercizi aventi superficie superiore a mq. 150 e fino a Mq. 1.500;
- struttura di vendita organizzata in forma unitaria - centro commerciale una media struttura di vendita nella quale la somma delle superfici di vendita di due o più esercizi al dettaglio in esso presenti è compresa entro tale limite e che risponde ai requisiti previsti dalla d.g.r. 4.7.2007 n. 8/5054, allegato A, paragrafo 4.2.;
- apertura l'attivazione di un esercizio commerciale realizzata mediante nuova superficie di vendita autorizzata mediante rilascio di nuova autorizzazione;
- ampliamento l'aumento della superficie di vendita di un esercizio commerciale esistente mediante l'aggiunta di nuova superficie di vendita;
- riduzione di superficie di vendita la diminuzione della superficie di vendita di un esercizio commerciale esistente mediante la decurtazione della superficie di vendita;
- trasferimento il cambiamento di sede di un esercizio commerciale nell'ambito del Comune;
- accorpamento l'aumento della superficie di vendita di un esercizio commerciale mediante aggiunta di superficie di vendita di altri esercizi già autorizzati ed esistenti;

- concentrazione la costituzione di un esercizio commerciale mediante l'utilizzo di superficie di vendita esistente in una sede diversa da quelle degli esercizi oggetto di concentrazione.
- variazione settore merceologico la trasformazione di parte del settore merceologico alimentare in quello non alimentare e viceversa ferma restando la superficie complessivamente autorizzata;
- estensione settore merceologico l'aggiunta di un settore merceologico (a quello già autorizzato) non posseduto in autorizzazione;
- riduzione del settore merceologico l'eliminazione di un settore posseduto in autorizzazione;

Una media struttura di vendita assume carattere sovracomunale quando il peso insediativo del Comune è uguale o inferiore a 1,5. Il peso insediativo è dato dalla somma di residenti e addetti occupati in unità locali in tutti i settori economici (censimento Istat) diviso la somma della superficie di vendita richiesta e di quella delle medie strutture già esistenti

Formula peso insediativo:

$\frac{(\text{abitanti} + \text{addetti censimento Istat})}{(\text{superfici di vendita medie strutture del Comune} + \text{superficie di vendita media struttura richiesta})}$ <p>se > 1,5 carattere comunale; se < 1,5 carattere sovracomunale</p>

3. CRITERI DI AUTORIZZABILITA'

L'apertura o la modificazione di una media struttura di vendita può essere autorizzata solo nelle aree o negli immobili nei quali è prevista dallo strumento urbanistico vigente la destinazione d'uso commerciale con classificazione specifica "media struttura di vendita".

Tale condizione costituisce titolo di ammissibilità della domanda.

La valutazione della domanda di autorizzazione all'apertura o alla modificazione di una media struttura di vendita, oltre a quanto previsto dal successivo punto 4, è subordinata alla presentazione da parte del richiedente di apposita relazione tecnico illustrativa contenente i seguenti elementi:

- Tipologia dell'insediamento (es. unico esercizio, centro commerciale, ecc.);
- Specializzazione merceologica dell'esercizio (es. alimentare, abbigliamento, giocattoli, elettrodomestici, ecc.);
- Metodologia di vendita (es. self-service – discount – vendita assistita – specializzato – ecc.);
- Stima degli occupati nel nuovo punto vendita;
- Descrizione del sistema di carico e scarico, dei parcheggi e aree di servizio.

La mancata presentazione della suddetta documentazione all'atto della presentazione della domanda formulata su apposita modulistica di cui al successivo punto 4. costituisce motivo di improcedibilità della richiesta.

L'insediamento di due o più medie strutture di vendita dà luogo ad una grande struttura di vendita organizzata in forma unitaria quando:

- la somma delle superficie di vendita dell'insieme delle strutture è superiore ai 1.500 mq;
- le strutture siano localizzate in un comparto urbanistico organizzato in uno o più edifici, nel medesimo lotto, destinato alle attività commerciali in misura superiore al 50%, aventi percorsi privati di distribuzione funzionali all'accesso ai singoli esercizi (es. galleria commerciale) e con spazi e servizi gestiti unitariamente.

Non costituisce grande struttura di vendita organizzata in forma unitaria l'insieme degli esercizi che presentano le seguenti caratteristiche:

- ogni esercizio deve essere separato fisicamente (con pareti amovibili) dagli altri e dotato di accessi propri;
- l'accesso ad ogni unità locale deve essere autonomo dall'area antistante, strada o parcheggio;
- gli spazi di servizio dell'edificio devono essere propri e autonomi e non devono essere oggetto di gestione unitaria;
- non partecipano a forme consortili di gestione e promozione dei diversi esercizi commerciali insediati;
- ogni unità locale deve disporre di propria area autonoma di carico e scarico, con accesso diretto da parte dei mezzi di trasporto;
- non esistono, tra un esercizio e gli altri, percorsi pedonali interni su suolo privato di collegamento, o se non ne dispone, deve rifornirsi direttamente dall'ingresso,;

Tali condizioni debbono essere garantite nel tempo, attraverso la sottoscrizione di un atto unilaterale d'obbligo che comporta, in caso di non rispetto, la decadenza dell'autorizzazione e l'avvio della procedura autorizzativa per la grande struttura di vendita (art. 9 – d.lgs 114/98).

4. APERTURA, AMPLIAMENTO, TRASFERIMENTO E ALTRE MODIFICHE

L'apertura, il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita fino al limite massimo di mq. 1.500, nonché l'estensione e/o la variazione del settore merceologico di una media struttura di vendita, sono soggetti ad autorizzazione, da rilasciare, previa presentazione di apposita domanda secondo le modalità procedurali del SUAP (Sportello Unico Attività Produttive), secondo i criteri e le norme procedurali previste dal presente provvedimento e nel rispetto delle disposizioni del d.lgs 114/98, delle norme regionali e degli strumenti urbanistici comunali.

La domanda per il rilascio dell'autorizzazione è presentata al Comune, in competente bollo, utilizzando esclusivamente l'apposita modulistica.

Nella domanda il soggetto interessato, o il legale rappresentante o altra persona specificamente preposta all'attività commerciale in caso di società, deve dichiarare, sotto la propria responsabilità:

- di essere in possesso dei requisiti morali previsti dall'art. 5 comma 2 del Dlgs 114/1998;
- di essere in possesso dei requisiti professionali di cui all'art. 5 comma 5 del Dlgs 114/1998 (per la vendita dei prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare);
- il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

Alla domanda di autorizzazione devono essere allegati:

- 1 Planimetria dell'area, in scala adeguata, con indicata la viabilità esistente, l'accessibilità, i parcheggi pertinenziali di uso comune e le superfici a servizio vincolate al punto vendita;
- 2 Planimetria dei locali in scala non inferiore a 1:100 a firma di un tecnico abilitato iscritto all'albo, con evidenziata la superficie lorda di pavimentazione, la superficie complessiva dell'esercizio, la superficie di vendita distinta per settore merceologico (in caso di ampliamento deve essere indicata la superficie di vendita preesistente e quella che si intende realizzare);
- 3 Documentazione relativa all'impatto acustico, come da art. 4 comma 2 del DPR 227/2011. (Dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà o altra documentazione prevista)

In caso di contestualità dei procedimenti urbanistico-edilizio e commerciale la domanda deve essere corredata anche dalla seguente documentazione:

- 1) Progetto edilizio, comprendente pianta e sezioni nonché destinazione d'uso e locali con specificate le superfici di vendita (alimentare e non alimentare) e la superficie lorda di pavimento complessiva (s.l.p.) ed individuazione planimetrica delle aree di carico e scarico merci;
- 2) Relazione degli impatti della struttura sulla viabilità in relazione al bacino di utenza della struttura, predisposta da un tecnico specializzato nella materia;

Gli elaborati devono anch'essi essere forniti in via telematica su supporto informatico (formato PDF – DWG o altro).

Ai fini del rilascio dell'autorizzazione il Comune effettua le verifiche di rispondenza della richiesta ai seguenti requisiti:

- morali;
- professionali (qualora previsti dalla normativa);
- urbanistico/edilizi;
- alle disposizioni del punto 3.

A seguito della presentazione della domanda di autorizzazione, ai sensi del Dlgs 18.08.2000 n. 267 e con le modalità di cui all'art.3 del D.P.R. del 26/04/1992, n. 300, viene data comunicazione dell'avvio del procedimento contenente le seguenti indicazioni:

- L'amministrazione competente
- L'oggetto del procedimento
- L'ufficio e la persona responsabile del procedimento
- L'ufficio in cui si può prendere visione degli atti

Qualora la domanda presentata non sia regolare o completa, il responsabile del procedimento, entro il termine di 10 giorni dal ricevimento della medesima, richiede il completamento o la regolarizzazione della domanda fissando il termine per la presentazione di quanto richiesto e avvisando che, decorso il termine, si procederà all'archiviazione della domanda.

I termini per la formazione del silenzio assenso decorrono dal ricevimento della integrazione documentale o della regolarizzazione. Qualora l'amministrazione non

chieda la regolarizzazione o l'integrazione di una domanda incompleta entro 10 giorni il termine decorre dal ricevimento della domanda.

In caso di richiesta di autorizzazione riferita ad esercizio rientrante nei casi particolari di cui al punto 11 (merci ingombranti e vendita congiunta ingrosso e dettaglio) è necessaria la contestuale presentazione di dichiarazione contenente l'impegno ad effettuare la vendita esclusivamente dei prodotti oggetto di deroga.

Qualora, entro il termine massimo di 90 giorni dalla data di presentazione della richiesta non vengano richieste integrazioni o comunicato all'interessato il provvedimento di diniego, le domande si intendono accolte e l'attività può essere iniziata previa comunicazione da parte dell'interessato di maturato silenzio-assenso ai sensi di legge, nel rispetto delle disposizioni urbanistico/edilizie ed igienico/sanitarie.

Ai fini del completamento della procedura autorizzatoria il Comune:

- qualora trattasi di media struttura di vendita con valenza esclusivamente comunale adotta il provvedimento conseguente (rilascio o diniego di autorizzazione);
- qualora trattasi di media struttura di vendita con valenza sovracomunale, preliminarmente all'adozione del provvedimento finale acquisisce il parere dei comuni contermini, da tenersi in considerazione secondo le modalità previste dal successivo punto 6.

Qualora ai fini dell'apertura, ampliamento o trasferimento di sede della struttura di vendita siano necessari interventi edilizi o di cambio di destinazione d'uso che implicino il rilascio di un permesso edilizio, l'interessato, contestualmente alla domanda di autorizzazione commerciale, deve inoltrare la relativa domanda/D.I.A. citando in ciascuna domanda quella correlata.

In caso di contestualità l'esito negativo di uno dei due procedimenti inficia anche l'altro, mentre l'eventuale esito favorevole di uno dei due non costituisce presupposto sufficiente per la positiva conclusione dell'altro.

5. PROCEDIMENTO PER MEDIE STRUTTURE SOVRACOMUNALI

Qualora l'istanza riguardi una media struttura di vendita di carattere sovracomunale il Comune deve richiedere ai Comuni contermini uno specifico parere. I Comuni sono tenuti, nei tempi indicati, ad esprimere un parere adeguatamente motivato attinente l'eventuale creazione da parte della nuova struttura di vendita (o della modificazione di quelle esistenti) di problemi relativi al traffico o a altre questioni di problematicità specifica. La mancata espressione di parere equivale all'espressione di parere positivo. In caso di espressione da parte della maggioranza dei Comuni interessati di parere positivo la procedura si completa con il semplice rilascio dell'autorizzazione. In caso di espressione da parte della maggioranza dei Comuni di parere negativo, purchè adeguatamente motivato, il Comune può procedere comunque al rilascio dell'autorizzazione, previa assunzione di delibera di Giunta Comunale di valutazione dei pareri espressi e di motivazione del rilascio.

6. OPERAZIONI SOGGETTE A COMUNICAZIONE

Sono soggette alla sola comunicazione al Comune le seguenti operazioni:

- subingresso in attività esistenti;
- riduzione di superficie di vendita e/o del settore merceologico;
- cessazione attività.

Per la comunicazione, deve essere utilizzata l'apposita modulistica in modalità telematica.

Le comunicazioni hanno efficacia immediata, ovvero consentono di attuare immediatamente le operazioni medesime, purchè le stesse non siano collegate ad adeguamenti e/o opere edilizie e fatta salva l'acquisizione di eventuali titoli autorizzativi previsti da norme diverse.

In caso di riduzione della superficie di vendita di una media struttura di vendita tale da comportare il cambio di tipologia della struttura stessa in esercizio di vicinato, l'interessato dovrà restituire l'autorizzazione relativa all'esercizio e presentare la dichiarazione di apertura di esercizio di vicinato, sull'apposita modulistica regionale.

7. SUBINGRESSO

Il trasferimento della gestione o della proprietà per atto tra vivi o per causa di morte di una media struttura di vendita comporta il contestuale trasferimento dell'autorizzazione ed è soggetto a comunicazione al Comune da parte del soggetto subentrante utilizzando l'apposita modulistica, in modalità telematica.

Nella comunicazione il soggetto interessato, o il legale rappresentante o altra persona specificamente preposta all'attività commerciale in caso di società, deve dichiarare, sotto la propria responsabilità:

- a) di essere in possesso dei requisiti morali previsti dall'art. 5 comma 2 del Dlgs 114/1998;
- b) di essere in possesso dei requisiti professionali di cui all'art. 5 comma 5 del Dlgs 114/1998 (per la vendita dei prodotti appartenenti al settore merceologico alimentare);
- c) di aver rispettato i regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche nonché quelle relative alle destinazioni d'uso.

La comunicazione deve essere corredata da idonea documentazione atta a comprovare l'avvenuto trasferimento dell'attività.

Il subentrante può continuare l'attività dal momento della presentazione della comunicazione corredata da tutta la documentazione.

Il Comune accerta la rispondenza dei contenuti della comunicazione alle disposizioni di legge e ai regolamenti comunali vigenti entro il termine massimo di 30 giorni.

8. CESSAZIONE DELL'ATTIVITA'

La cessazione di una media struttura di vendita, comunicata ai sensi del punto 6 dal titolare dell'attività, deve essere presentata contestualmente alla data di chiusura dell'attività, o nei 30 giorni antecedenti o successivi.

9. SOSPENSIONE DELL'ATTIVITA'

Qualora il titolare di un esercizio sospenda l'attività per un periodo superiore a 30 giorni deve darne comunicazione al Comune nei 30 giorni successivi dall'avvenuta sospensione.

10. REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

Il Comune procede alla revoca dell'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita qualora il titolare:

- a) non inizi l'attività entro un anno dalla data di rilascio salvo proroga in caso di comprovata necessità;
- b) sospenda l'attività per un periodo superiore a un anno;
- c) non risulti più in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 comma 2 del Dlgs 114/1998
- d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività comminata per le medesime violazioni.

Le domande di proroga saranno valutate tenendo conto della comprovata necessità dimostrata da parte dell'interessato e considerando altresì l'obiettivo di correlazione con le date di scadenza dei provvedimenti urbanistico/edilizi relativi agli immobili interessati all'insediamento.

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

11. CASI PARTICOLARI

Ai sensi del paragrafo 7 punto 1 allegato A della d.g.r. 20.12.2013 n. X/1193, la superficie di vendita degli esercizi che hanno ad oggetto esclusivamente la vendita di merci ingombranti, non facilmente amovibili ed a consegna differita (mobilifici, concessionarie di automobili e di altri veicoli a motore, rivendite di legnami, materiali edili tipologie simili alle precedenti) è calcolata in misura di 1/8 della superficie lorda di pavimento (s.l.p.).

A tal fine il richiedente dovrà dichiarare sotto la propria responsabilità di porre in vendita esclusivamente le merci con le caratteristiche sopracitate.

Ai sensi del paragrafo 7 punto 2 allegato A della d.g.r. 20.12.2013 n. X/1193, il divieto di esercizio congiunto nello stesso locale dell'attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio di cui all'art. 6 del Dlgs 114/1998 non si applica alla vendita dei seguenti prodotti: macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, l'industria, il commercio e l'artigianato; materiale elettrico; colori, vernici, carte da parati; ferramenta ed utensileria; articoli per impianti idraulici, a gas ed igienici; articoli per riscaldamento; strumenti scientifici e di misura; macchine per ufficio; auto-moto-cicli e relativi accessori e parti di ricambio; combustibili; materiali per l'edilizia; legnami.

La superficie di vendita degli esercizi che effettuano la vendita congiunta all'ingrosso e al dettaglio dei prodotti sopracitati, è calcolata nella misura di 1/2 della superficie

lorda di pavimento (s.l.p.) complessivamente utilizzata. In tali esercizi non possono essere introdotte o vendute merci con caratteristiche diverse da quelle sopracitate.

12. ATTIVITA' PARACOMMERCIALI E ARTIGIANATO DI SERVIZIO

Le seguenti attività che presentano analogia a quelle del commercio al dettaglio o che possono essere svolte congiuntamente ad esso sono così classificate:

a) artigianali di servizio e/o di laboratorio:

ARTIGIANATO DI SERVIZIO	
<i>Servizi alla persona all'igiene della persona:</i>	odontotecnici
	ottici
	acconciatori
	estetisti
	pedicure, manicure, visagista
	altri servizi per l'igiene personale
<i>Servizi all'abbigliamento:</i>	calzolai
	sarti, modisterie
	pellicciai
	lavanderie
<i>Servizi dell'alimentazione:</i>	produzione di pasta fresca
	rosticcerie, friggitorie
	fornai
	pasticcerie
	pizza da asporto
<i>Altri servizi:</i>	gelaterie
	taxi noleggio con conducente
	scuola guida
	riparazione orologi e gioielli
	studi e laboratori fotografici
	decorazioni ceramiche
	decorazioni artistiche - restauratori
	tosatura, pulizia animali
servizi vari non altrove classificabili	

Artigianale laboratoriale	
<i>Servizi alla casa e ai beni della casa:</i>	riparazioni varie
	riparazione elettrodomestici
	riparazione radio-TV e affini
	laboratori di falegnameria
	laboratori di tappezziere
	lavorazione e assemblaggio articolo tecnici
	imbianchini
	installatori carta da parati
	messa in opera di parquets
	levigatori pavimenti
	idraulici, installatori impianti di riscaldamento
	elettricisti, antennisti
	muratori
	pavimentatori, rivestitori
	lavorazioni affini all'edilizia
	impermeabilizzatori
	corniciai e vetrai
	restauro e doratura mobili
	lattonieri e fabbri
	giardinieri
	pulizia ambienti, caldaie, camini
	riparazione caldaie
	ascensoristi
	espurgo pozzi neri
impagliatori	
materassai	
appalto pulizie	
<i>Servizi all'auto:</i>	riparazione autoveicoli
	riparazione cicli e motocicli
	elettrauti
	gommisti
	autorimesse e stazioni di soccorso
	carrozzeri
<i>Altri servizi:</i>	facchini, traslochi
<i>Servizi alle imprese:</i>	tipografie, litografie
	legatorie
	trasporto merci
	copisterie

b) attività paracommerciali

Banche – assicurazioni – centri contabili – agenzie di vario tipo (assicurative, immobiliari, d'affari – centri di informatica – attività di noleggio di beni mobili – agenzie di pubblicità e comunicazione – centri tecnici – laboratori di vario tipo non artigiani (quali analisi mediche o cliniche, con accesso degli avventori) – locali di scommesse – sale giochi – noleggio di beni mobili – attività similari.

13. SANZIONI

La violazione delle disposizioni previste dal D.lgs. 114/1998 è punita con una sanzione da Euro 2.582,00 a Euro 15.494,00.

In caso di particolare gravità o di recidiva l'Autorità competente può disporre la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.

E' punita con una sanzione da Euro 516,00 a Euro 3.098,00 l'omessa comunicazione di trasferimento della gestione o della proprietà di un'autorizzazione e di cessazione dell'attività.

In ottemperanza di quanto previsto dal Dlgs 114/1998, l'Autorità competente per le violazioni è il Sindaco del Comune nel quale hanno avuto luogo. Al Comune pervengono i proventi derivanti dai pagamenti in misura ridotta ovvero da ordinanze ingiunzioni di pagamento.

14. DISPOSIZIONI FINALI

Le presenti norme sono valide fino alla revisione delle stesse attraverso apposito atto dell'organo comunale competente. In caso di modificazione della disciplina urbanistica comunale le stesse, qualora necessario, saranno aggiornate entro il termine di 180 giorni.

Esse si applicano alle domande presentate successivamente all'entrata in vigore delle stesse.

Per quanto non espressamente indicato nel presente provvedimento, valgono le disposizioni nazionali e regionali in materia di commercio.

