

REGIONE PIEMONTE
PROVINCIA DI ASTI
COMUNE DI
CASTELNUOVO
DON BOSCO



**CRITERI PER IL RILASCIO DELLE
AUTORIZZAZIONI PER IL COMMERCIO AL
DETTAGLIO IN SEDE FISSA**

ex. art. 8 comma 3 D. Lgs 114/98
ex art. 4 comma 1 L.R. 28/99 e s.m.i.

AGGIORNAMENTO

ai sensi della D.C.R. 191-43016 del 20 novembre 2012

IL SINDACO:

**RELAZIONE ILLUSTRATIVA
NORME DI ATTUAZIONE**

IL DIRIGENTE DEL SETTORE

 **SOTRECO** S.n.c.
di Bertolotto & C.
piazza Europa 7 - 10044 Pinerolo (TO)

Aprile 2014 - R01

REGIONE PIEMONTE

PROVINCIA DI ASTI

COMUNE DI CASTELNUOVO DON BOSCO



**CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER
L'ESERCIZIO DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO**

**AGGIORNAMENTO AI SENSI DEL TESTO COORDINATO DELLA
D.C.R. 191-43016 DEL 20 NOVEMBRE 2012**

INDICE

INDICE	0
RELAZIONE ILLUSTRATIVA	1
PREMESSA	2
LA PROGRAMMAZIONE PRECEDENTE	5
CRITERI DI PROGRAMMAZIONE	7
Premessa	7
Obiettivi della programmazione	7
Gli addensamenti commerciali	9
Addensamento storico A.1	9
Addensamenti minori A.4	11
Le localizzazioni commerciali	12
Localizzazioni urbane non addensate L.1	13
Localizzazione urbano periferica L.2	14
TABELLA DI COMPATIBILITÀ	16
NORME DI ATTUAZIONE	18
Articolo 1 – Definizioni	19
Articolo 2 – Prescrizioni generali	19
Articolo 3 – Obiettivi ed indirizzi dei Criteri	20
Articolo 4 – Definizioni tecniche	21
Articolo 5 – Definizioni di offerta commerciale	23
Articolo 6 – Classificazione delle tipologie di strutture distributive	23
Articolo 7 – Coerenza funzionale e urbanistica dello sviluppo urbano del commercio.	24
Articolo 8 – Programmazione comunale	26
Articolo 9 – Zonizzazione	26
Articolo 10 – Individuazione degli addensamenti commerciali	27
Articolo 11 – Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciale.	27
Articolo 12 – Individuazione delle localizzazioni commerciali	29
Articolo 13 – Compatibilità territoriale allo sviluppo	31
Articolo 14 – Provvedimenti relativi a nuove aperture, trasferimenti, variazione della superficie e del settore merceologico.	32
Articolo 15 – Priorità ed accorpamenti delle autorizzazioni	32
Articolo 16 – Esercizi di vicinato	32
Articolo 17 – Adeguamento del P.R.G.C., degli strumenti attuativi e dei regolamenti di polizia locale.	33
Articolo 18 – Standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta.	33
Articolo 19 – Salvaguardia dei beni culturali e ambientali.	35
Articolo 20 – Verifica dell’impatto sulla viabilità e regolamentazione delle aree di sosta.	35
Articolo 21 – Interventi per il sostegno degli insediamenti commerciali.	37
Articolo 22 – Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi di costruire e/o DIA.	37
Articolo 23 – Forme particolari di commercio.	37
Articolo 24 – Norme finali	38

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

PREMESSA

Il comune di Castelnuovo Don Bosco ha provveduto con Deliberazione di Consiglio Comunale n. 7 del 31/03/2004 ad approvare i criteri per il **rilascio delle autorizzazioni per l'esercizio del commercio al dettaglio** in applicazione del D. Lgs. n. 114 del 31/03/1998 e della L.R. 28/1999.

A seguito di modifiche apportate al PRGI con la variante parziale n. 3 A OCTIES approvata con DCC n. 1 del 28/01/2006 (che ha modificato il **perimetro dell'area APC3 per l'inserimento di un'area destinata a parcheggio**, già di fatto esistente e asservita con atto di vincolo di destinazione alle **attività commerciali presenti all'interno dell'area stessa**), si è variato il perimetro della Localizzazione L2, sita a ovest del concentrico comunale (Deliberazione di Consiglio Comunale n. 2 del 28/01/2006).

Successivamente, in adeguamento alla Legge Regionale sul Commercio (L.R. 28/99 - D.C.R. 59-10831 del 24/03/2006), si è provveduto a una prima ricognizione degli strumenti normativi comunali, conclusa con la **presa d'atto, mediante DCC n. 15 del 19/06/2006, della piena compatibilità** dei criteri vigenti con le modifiche normative introdotte dalla regione Piemonte con la DCR 59/06.

Contestualmente si è provveduto ad approvare il Progetto Unitario di Coordinamento relativo alla L.2 riconosciuta (DCC n. 15 del 19/06/2006), che con deliberazione della Conferenza dei Servizi Prot. 8067/17.1 del 12/07/2006 ha ottenuto la verifica della compatibilità ai sensi della DCR 59/06.

In data 20 novembre 2012 il Consiglio Regionale ha approvato la deliberazione n. 191-43016 recante la **"Revisione degli indirizzi generali e dei criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa. Ulteriori modifiche dell'allegato A alla deliberazione del Consiglio regionale 29 ottobre 1999, n. 563-13414 (Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio al dettaglio in sede fissa, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114)"**.

La suddetta deliberazione è entrata in vigore alla data della pubblicazione sul BUR del 6 dicembre 2012 e da quella data sono decorsi i centotanta giorni entro il quale i comuni erano tenuti ad adeguare gli strumenti urbanistici generali e attuativi alle disposizioni delle suddette norme pena, in caso di inerzia da parte degli stessi o di adeguamenti difformi dalla **normativa, nel rispetto dell'articolo 6, comma 6 del decreto legislativo n. 114/1998 e dell'articolo 4, comma 4 della legge regionale sul commercio, l'applicazione delle norme di cui all'articolo 30 della citata DCR.**

La Regione Piemonte ha ritenuto necessario procedere alla modifica dei suoi Indirizzi di programmazione del settore commercio a seguito dei profondi cambiamenti intervenuti nella normativa europea, prima, e nazionale dopo.

A seguito della emanazione da parte della commissione europea della direttiva nota come Bolkenstein, prima il decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 (Attuazione della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno), poi il decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201 (**Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici**), convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214 e da ultimo il decreto legge 24 gennaio 2012, n. 1, (**Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività**) convertito, con modificazioni, dalla legge 24 marzo 2012, n. 27, hanno delineato un nuovo quadro entro il quale sono state determinate le linee relative alle liberalizzazioni che coinvolgono il settore distributivo.

L'evoluzione normativa intervenuta in questi ultimi anni in materia di concorrenza, libertà di stabilimento e libera prestazione dei servizi a seguito degli interventi europei e statali, hanno di fatto confermato che, relativamente al settore del commercio, la programmazione è ancora uno degli elementi fondamentali a disposizione delle Amministrazioni comunali per definire le linee di sviluppo di una parte importante dell'economia locale e per indirizzare il controllo delle esternalità che potrebbero interessare negativamente la sostenibilità dell'offerta commerciale rispetto al contesto ambientale, economico, sociale e territoriale.

La Regione Piemonte ha adottato per il settore commerciale un impianto programmatico che, nonostante sia iniziato nel 1999, dimostra una estrema modernità fin dal momento in cui il Decreto Legislativo del 31 marzo 1998, n. 114 ha rappresentato di fatto la prima riforma tendente alla liberalizzazione del settore.

La legge regionale sul commercio del 12 novembre 1999, n. 28 e s.m.i., **insieme all'ultima Deliberazione del Consiglio Regionale 20 novembre 2012, n. 191-43016, "Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento delle attività commerciali al dettaglio in sede fissa" in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114**, ed alle deliberazioni della Giunta Regionale, hanno di fatto completato il quadro normativo di riferimento, fornendo gli indirizzi utili per consentire gli adeguamenti normativi degli strumenti urbanistici comunali.

I criteri di programmazione comunali per il rilascio delle autorizzazioni per le medie e grandi strutture di vendita, oltre che rispettare gli obiettivi e le prescrizioni stabilite dagli Indirizzi regionali, devono garantire non solo il conseguimento di tali finalità ma anche la sostenibilità e la funzionalità del processo di adeguamento della rete di vendita rispetto alle dinamiche urbane e alla mitigazione delle esternalità negative.

I comuni devono dare attuazione agli indirizzi programmatici della Regione, la quale esercita semplicemente una funzione consultiva in sede di esame e valutazione delle programmazioni comunali, portando a rive-

dere le impostazioni programmatiche espresse dal comune senza però porre prescrizioni vincolanti.

Da qui scaturisce la necessità di verificare la conformità degli strumenti comunali di programmazione con quanto legiferato dai diversi organi, al fine di procedere correttamente nel fornire risposte alle richieste delle imprese economiche del settore.

LA PROGRAMMAZIONE PRECEDENTE

La realtà di Castelnuovo Don Bosco, in base a quanto analizzato dagli uffici competenti della Regione Piemonte, è tale da comportare il suo riconoscimento come **comune sub-polo** della rete primaria, nel quale si rileva, contemporaneamente, una notevole completezza merceologica dell'offerta e le potenzialità per completare la gamma delle tipologie di strutture distributive, in funzione dell'adeguamento dell'offerta alle preferenze dei consumatori, nel quale si è sviluppata una maggiore concentrazione di servizi commerciali, paracommerciali, artigianali e pubblici. Su di esso si concentrano flussi di gravitazione naturale che interessano vaste zone del territorio limitrofo.

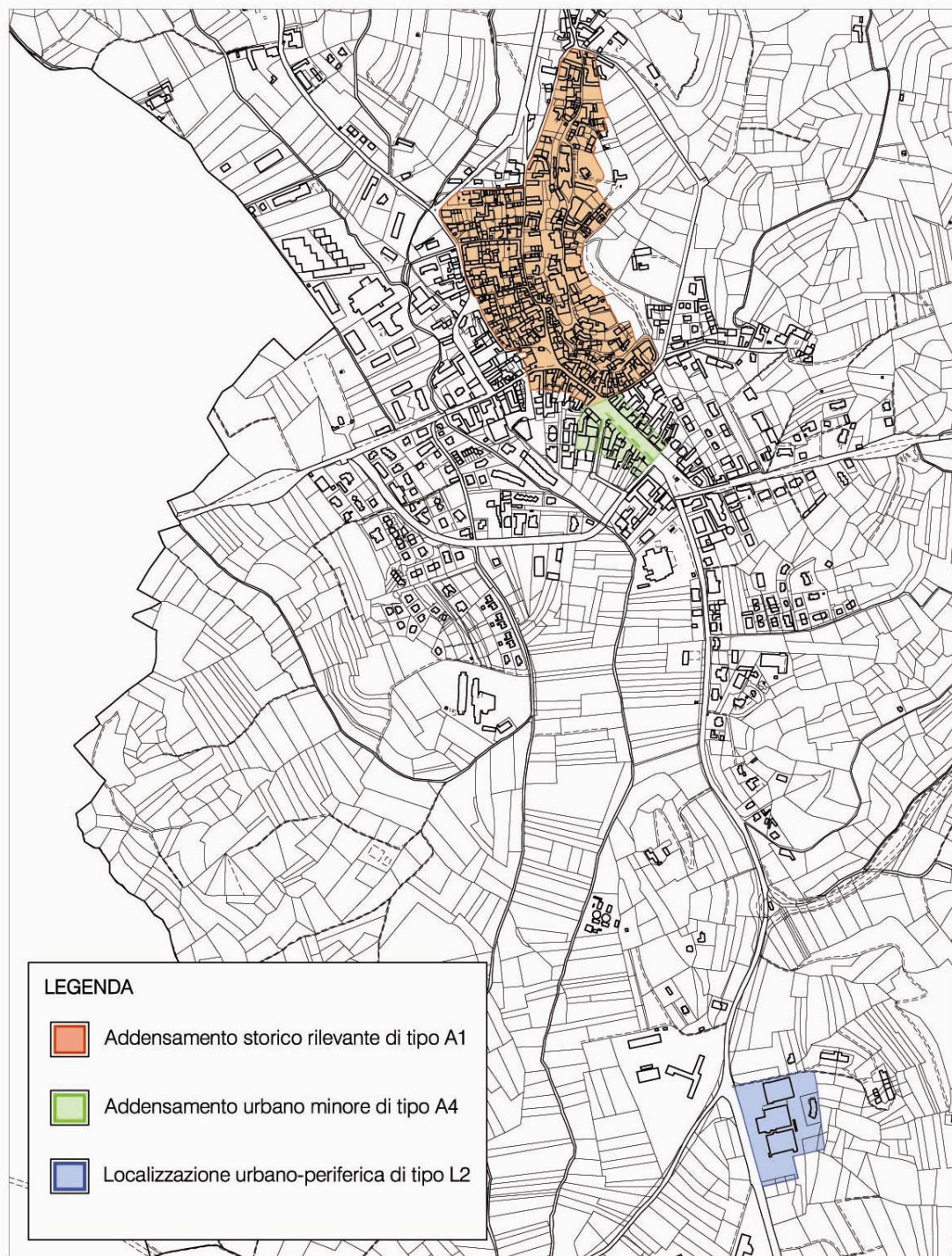
Tutto ciò premesso, occorre ricordare che il comune di Castelnuovo Don Bosco si era già dotato degli strumenti di programmazione del commercio con l'approvazione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie e grandi strutture di vendita richiesto dalla precedente normativa, che faceva riferimento alla L.R. 28/1999, e ha riconosciuto sul suo territorio una serie di zone con specifica vocazione commerciale.

La realtà commerciale del comune ha permesso di identificare tre tipologie di zone commerciali, da un lato gli addensamenti, quello storico rilevante A.1 e quello urbano minore A.4, dall'altro una localizzazione urbano periferica L.2, come di seguito specificato:

- **Addensamento storico rilevante A.1 – centro storico**
- **Addensamento urbano minore A.4 – piazza Dante e viale Regina Margherita**
- **Localizzazione urbano periferica di tipo L.2 – Strada Provinciale Berzano S. Pietro Viale**

Si riporta nella pagina seguente il quadro d'insieme delle zone commerciali individuate.

PROGRAMMAZIONE EX DCR 563-13414 e DCR 347-42514



CRITERI DI PROGRAMMAZIONE

Premessa

La situazione in cui si viene a trovare il comune di Castelnuovo Don Bosco, per quanto riguarda la sua rete commerciale e le possibilità di definire delle politiche di sviluppo per il settore, consentono di proporre una programmazione che tenga conto da un lato di definire in maniera puntuale il riconoscimento di addensamenti e localizzazioni che perseguano specifici obiettivi di potenziamento del ruolo polarizzante del comune, e **dall'altro di lasciare agli operatori il compito di individuare le posizioni** che ritengono maggiormente consone con le prospettive di una migliore **produttività dell'insediamento nel contesto concorrenziale più ampio** possibile.

La realtà comunale, sia di tipo socio economico che, in particolare, di **tipo commerciale, vede una situazione in cui l'offerta commerciale si è organizzata** per fornire un servizio non solamente alla popolazione locale bensì per soddisfare le richieste anche dei consumatori che provengono dal territorio circostante.

Da questa considerazione occorre partire per definire gli obiettivi da perseguire con la presente programmazione.

Obiettivi della programmazione

Anche se la situazione attuale è discretamente accettabile, l'amministrazione comunale ha il dovere di regolare la possibilità di insediare sul territorio le strutture distributive, di vicinato e/o di medie o grandi dimensioni, sia per soddisfare eventuali ipotesi insediative future, sia per la necessità di recuperare al meglio la parte centrale in cui si localizza l'addensamento commerciale principale, il tutto al fine di migliorare il servizio alla popolazione in termini di beneficio dell'offerta e della concorrenza.

La posizione strategica del comune consente di individuare concrete possibilità di sviluppare e ampliare il raggio di attrazione della rete distributiva in sede fissa, captando quote addizionali di consumatori e fre-

nando quei flussi di evasione che si possono riscontrare verso i centri provinciali di pianura di maggiore dimensione.

Occorre però porre particolare attenzione a non aumentare le esternalità negative, quali ad esempio causare gravi intralci al traffico, aumentare l'inquinamento atmosferico e acustico, specie in prossimità delle residenze, e causando effetti restrittivi sulla concorrenza e sulla produttività del sistema.

La scelta strategica che si propone è quella di incrementare la funzione di riferimento e di attrazione extra comunale della intera zona centrale e semi centrale andando a consentire la diffusione delle medie strutture di vendita in queste parti del territorio.

Questa impostazione risponde alla necessità di offrire maggiori possibilità di visibilità per il commercio presente nella parte di più antica urbanizzazione applicando le necessarie attenzioni al fine di non causare impatti negativi, quali eccessivo congestionamenti del traffico veicolare, in modo da favorire e incrementare la funzione di riferimento e di attrazione extra comunale della intera zona centrale e semi centrale.

Tutto ciò premesso, al momento si propongono i seguenti obiettivi:

- **riconfermare nelle perimetrazioni attuali gli addensamenti di tipo A.1 e A.4;**
- **confermare il riconoscimento della localizzazione urbano periferica di tipo L.2 lungo la Strada Provinciale Berzano S. Pietro Viale;**
- **consentire gli autoriconoscimenti delle localizzazioni urbane non addensate di tipo L.1.**

Gli addensamenti commerciali

All'interno degli atti amministrativi che il Comune deve esprimere nel definire i propri strumenti di programmazione, la zonizzazione degli insediamenti attuali o potenziali delle attività commerciali serve per favorire lo sviluppo equilibrato delle diverse tipologie delle strutture distributive, nel rispetto della libera concorrenza, per migliorare sia la produttività del sistema che il servizio da rendere al consumatore.

Il riconoscimento degli addensamenti commerciali risponde a questi indirizzi, nel rispetto dei parametri che gli Indirizzi regionali di programmazione hanno indicato.

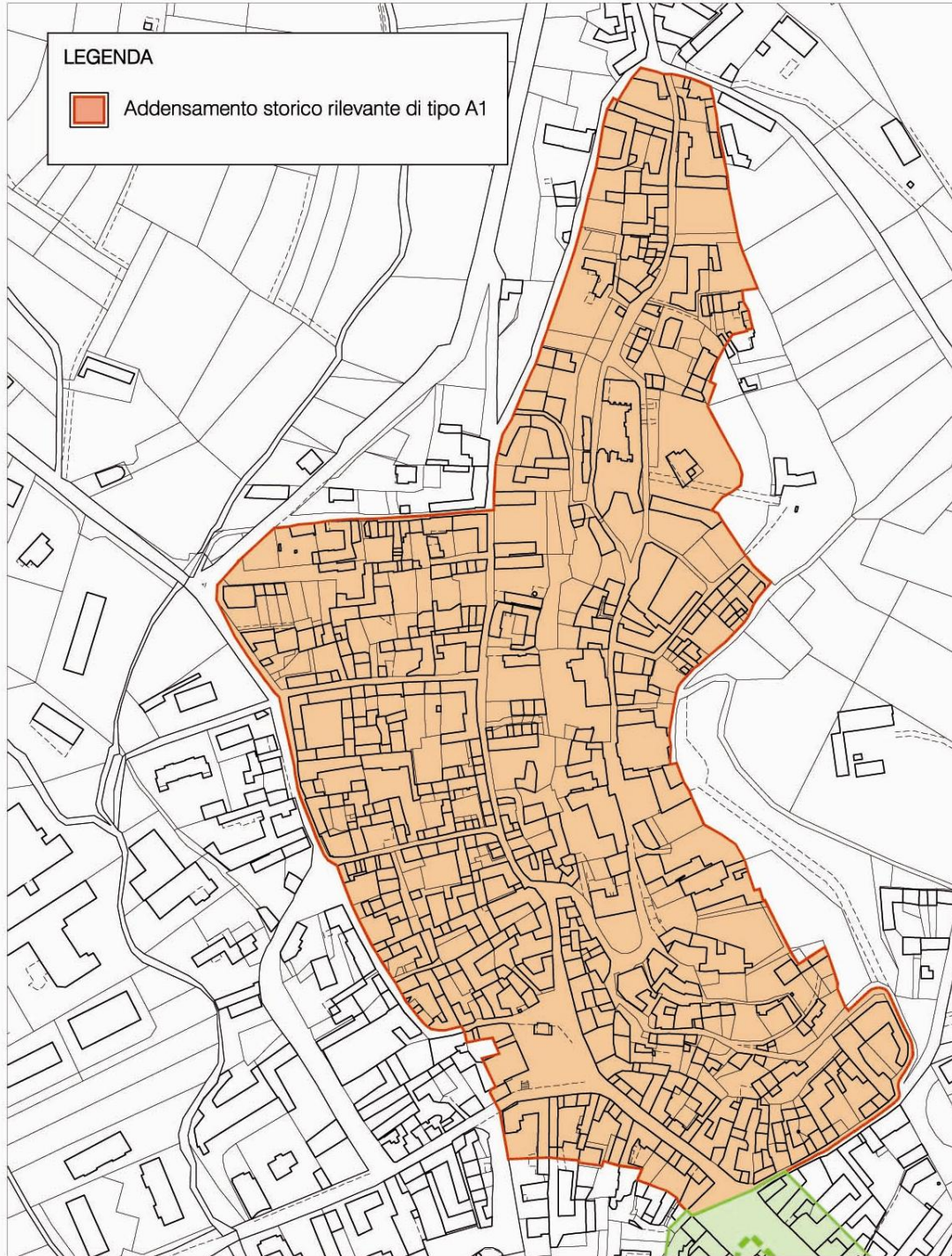
Addensamento storico A.1

La zona che comprende il Centro Storico così come individuato dal Piano Regolatore, può essere confermata come Addensamento Storico Rilevante di tipo A.1.

La presenza di un numero elevato di attività commerciali nelle vie comprese in tale ambito, insieme ad altre attività di servizio para ed extra **commerciale, contribuiscono a rendere l'intero Centro Storico un unico** addensamento commerciale, che presenta alte concentrazioni soprattutto lungo gli assi di attraversamento dello stesso.

Pertanto si ritiene opportuno confermare l'addensamento storico rilevante di tipo A. 1 con la perimetrazione attuale, come da planimetria allegata.

ADDENSAMENTO STORICO RILEVANTE A.1



Addensamento minore A.4

Gli addensamenti commerciali urbani minori di tipo A.4 si riconoscono negli ambiti semicentrali di non antica formazione, ubicati nel centro abitato, lambiti o percorsi da assi viari di livello urbano locale, caratterizzati da una presenza di offerta commerciale limitata alle funzioni meno rare.

Con la presente ricognizione si conferma la presenza e la caratterizzazione dell'addensamento A.4 innervato sugli assi costituiti da piazza Dante e viale Regina Margherita, che sembra il naturale completamento dell'addensamento A.1, non solo in termini di contiguità fisica, ma anche sotto il profilo funzionale.

Si può pertanto sicuramente riconfermare il riconoscimento della porzione di territorio, così come perimetrata in planimetria, come un addensamento urbano minore di tipo A4.

ADDENSAMENTO URBANO MINORE A.4



Le localizzazioni commerciali

La Regione Piemonte attraverso i suoi Indirizzi generali e criteri di **programmazione urbanistica per l'insediamento del commercio** al dettaglio, ha posto come ulteriore elemento di ragionamento sulla zonizzazione **comunale il concetto di localizzazione, individuandolo quale "singole zone di insediamento commerciale, urbane o extra urbane, esistenti o potenziali, non costituenti addensamento commerciale"** così come definito dagli Indirizzi generali di programmazione.

La classificazione del territorio in zone commerciali vede la possibilità di **individuare solo due tipi di "localizzazioni", così suddivise:**

1. L1. Localizzazioni commerciali urbane non addensate;
2. L2. Localizzazioni commerciali urbano periferiche non addensate.

La nuova impostazione data dall'articolo 14 della DCR 191-43016 definisce due modalità differenti per la individuazione della zonizzazione che corrisponde alle localizzazioni, definendo in primo luogo come entrambe possano essere riconosciute tramite la programmazione comunale mentre stabilisce in maniera incontrovertibile che in ogni caso le localizzazioni commerciali urbane non addensate L.1 potranno essere comunque individuate e definite in sede di esame delle istanze di apertura o trasferimento o ampliamento di superficie di vendita.

Tale impostazione deriva dalle direttive europee e nazionali sulla libertà di insediamento delle attività produttive che non debbono essere limitate **se non per il rispetto dell'interesse pubblico, della salute e dell'ambiente.**

Localizzazioni urbane non addensate L.1

Per il riconoscimento di questo tipo di localizzazioni gli Indirizzi regionali di programmazione del commercio riportano una serie di parametri che, in caso di auto riconoscimento, gli operatori devono rispettare.

PARAMETRI DI RIFERIMENTO PER LE LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI URBANE NON ADDENSATE L. 1.

EPIGRAFE	PARAMETRO	COMUNI SUBPOLO
Ampiezza del raggio del cerchio (mt.)	Y.1	500
Numerosità dei residenti nel cerchio	X.1	2.500
Distanza stradale del cerchio dall' area (mt.)	J.1	700
Dimensione massima della localizzazione (mq)	M.1	40.000

Fonte: Regione Piemonte – Allegato A alla DCR 191 – 43016 del 20 novembre 2012

Occorre altresì ricordare che le localizzazioni commerciali urbane non addensate sono le aree e/o gli edifici interclusi per almeno tre lati **nell'ambito del centro abitato, inteso come quella parte del territorio comunale comprendente il tessuto residenziale omogeneo attuale o pianificato, preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano.**

Le localizzazioni commerciali urbane non addensate di tipo L.1 quando sono riconosciute in sede di procedimento per il rilascio delle autorizzazioni devono, **al momento della presentazione dell'istanza di autorizzazione commerciale, risultare dotate di destinazione d'uso commerciale in base allo strumento urbanistico generale e/o esecutivo.**

Localizzazione urbano periferica L.2

Per quanto riguarda le localizzazioni commerciali urbano periferiche non addensate di tipo L. 2., la nuova normativa regionale in vigore conferma che esse possono essere individuate solo dalle Amministrazioni comunali e devono essere localizzate ai bordi del tessuto residenziale e nel rispetto degli altri requisiti che la Regione propone per la loro identificazione.

La precedente programmazione comunale aveva riconosciuto, applicandone tutte le procedure richieste dalla normativa allora in vigore, una localizzazione urbano periferica di tipo L.2 a ridosso della Strada Provinciale 33, quasi in corrispondenza della sua intersezione con la Strada Provinciale 16.

L'attuale normativa ha modificato i parametri utili per la identificazione di nuove localizzazioni, che si riassumono nella seguente sinossi.

PARAMETRI DI RIFERIMENTO PER LE LOCALIZZAZIONI L.2

EPIGRAFE	PARAMETRI	COMUNI SUBPOLO
Ampiezza raggio della perimetrazione entro cui calcolare i residenti in mt.	Y.2.	800
Numerosità dei residenti entro il raggio di cui sopra	X.2.	2.000
Distanza stradale massima dalla perimetrazione del nucleo residenziale di cui sopra in mt.	J.2.	1.000
Dimensione minima della localizzazione in mq.	H.2	20.000
Distanza minima da altro addensamento urbano A.1 in mt.	W.2	1.500

Fonte: Regione Piemonte – Allegato A alla DCR 191 – 43016 del 20 novembre 2012

La dimensione della localizzazione (H.2) vede una diversa procedura di approvazione e di riconoscimento della localizzazione L.2 nel momento in cui essa superi la soglia dei 25.000 mq. (essendo il comune fuori da un'area di programmazione), richiedendo in questo caso l'applicazione dell'accordo di programma previsto dall'articolo 34 del d.lgs. 267/2000 e agli articoli 11 e 15 della l. 241/1990.

In base a quanto disposto nella precedente programmazione comunale, si conferma il riconoscimento della localizzazione urbano periferica di tipo L.2 lungo la SP. Berzano S. Pietro Viale, con i confini come riportati di seguito.

LOCALIZZAZIONE URBANO PERIFERICA L.2

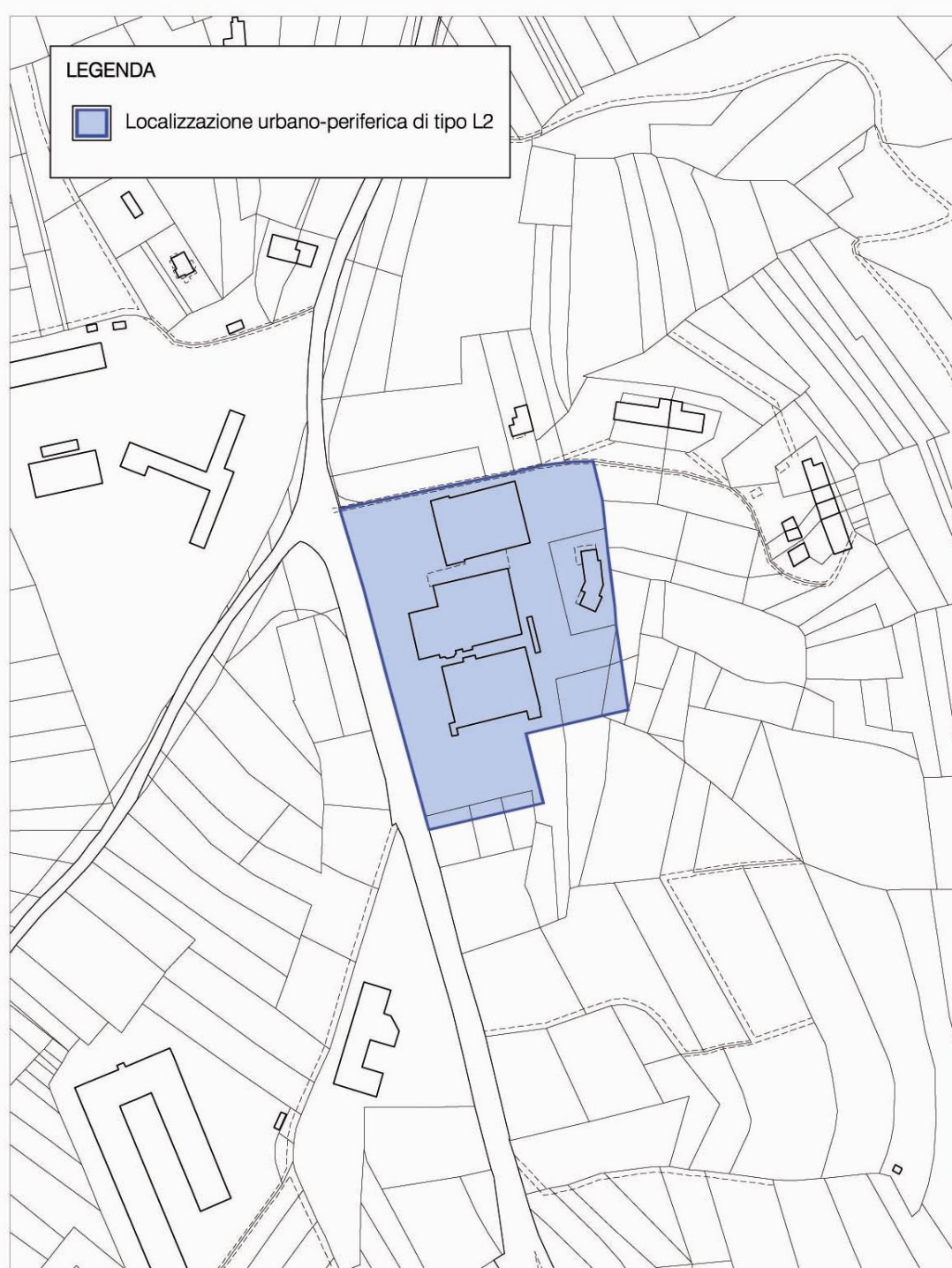


TABELLA DI COMPATIBILITÀ

La precedente programmazione rappresentata dai Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per medie strutture di vendita al dettaglio aveva definito una tabella di compatibilità adeguata per le zone commerciali riconosciute, applicando quelle variazioni che era possibile adottare.

L'attuale normativa impone invece un rispetto maggiore di quanto stabilito dagli Indirizzi regionali, in quanto occorre garantire la libertà di concorrenza tra le strutture distributive.

La nuova tabella di compatibilità risulta pertanto la seguente.

TABELLA DI COMPATIBILITÀ

TIPOLOGIE	Superfici vendita	Addensamenti		Localizzazioni	
		A.1.	A.4	L.1.	L.2.
Vicinato	Fino a 150	SI	SI	SI	SI
M SAM 1	151-250	SI	SI	SI	NO
M SAM 2	251-900	SI	SI	SI	NO
MSAM 3	901-1.500	NO	NO	SI	SI
M SE 1	151-400	SI	SI	SI	SI
M SE 2	401-900	SI	SI	SI	SI
M SE 3	901-1.500	NO	NO	SI	SI
M CC	151-1.500	SI	NO	SI	SI
G SM 1	1.501-4.500	NO	NO	SI ⁽¹⁾	NO
G SE 1	1.501-3.500	NO	NO	NO	SI ⁽²⁾
G CC 1	Fino a 6.000	NO	NO	SI ⁽³⁾	SI

- (1) solo fino a 1.800 mq.
- (2) solo fino a 3.000 mq.
- (3) solo fino a 3.000 mq.

La suddetta tabella di compatibilità è stata predisposta nel rispetto di quanto stabilito dall'articolo 17, comma 3, lettera a) della DCR 191-43016 della Regione Piemonte per i **comuni sub-polo con popolazione inferiore a 10.000 abitanti**, relativamente agli addensamenti e alle localizzazioni riconosciute.

Nel caso in cui ci sia effettuato il riconoscimento di nuove localizzazioni **urbane non addensate di tipo L.1 all'interno del tessuto residenziale del comune**, si applicherà la tabella di compatibilità assunta **all'articolo 17** della DCR 191 – 43016 del 20 novembre 2012.

Le tipologie delle strutture distributive si riferiscono alle seguenti definizioni:

Esercizi di vicinato

Tutti gli esercizi commerciali aventi superficie non superiore a mq 150.

Medie strutture di vendita:

offerta alimentare e/o mista:

M-SAM1: superficie di vendita da 151 a 250 mq

M-SAM2: superficie di vendita da 251 a 900 mq

M-SAM3: superficie di vendita da 901 a 1.500 mq

offerta non alimentare:

M-SE1: superficie di vendita da 151 a 400 mq

M-SE2: superficie di vendita da 401 a 900 mq

M-SE3: superficie di vendita da 901 a 1.500 mq

Grandi strutture di vendita:

offerta commerciale mista

G-SM1: superficie di vendita da 1.501 a 4.500 mq

offerta commerciale non alimentare

G-SE1: superficie di vendita da 1.501 a 3.500 mq

Centri commerciali

Medie strutture di vendita

M-CC: da 151 a 1.500 mq di superficie di vendita complessiva

Grandi strutture di vendita (oltre i limiti massimi di cui sopra)

G-CC1: superficie di vendita fino a 6.000 mq

NORME DI ATTUAZIONE

PARTE I - PREMESSA

Articolo 1 – Definizioni

1. Agli effetti delle presenti norme, per **“D. Lgs. 114/98”** si intende il Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114 e s.m.i., Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59; per **“Legge regionale”** la legge della Regione Piemonte del 12 novembre 1999, n. 28 e s.m.i., Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114; per **“Indirizzi Regionali”** la Delibera del Consiglio Regionale del 29 ottobre 1999, n. 563 – 13414, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 23 dicembre 2003, n. 347 – 42514, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 24 marzo 2006, n. 59 – 10831, modificata e integrata dalla Delibera del Consiglio Regionale del 20 novembre 2012, n. 191 – 43016, **“Indirizzi generali e criteri di programmazione urbanistica per l'insediamento delle attività commerciali al dettaglio in sede fissa”, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, per “Criteri”** i presenti criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita.

Articolo 2 – Prescrizioni generali

1. I seguenti articoli costituiscono i criteri per il rilascio delle autorizzazioni amministrative per l'apertura, il trasferimento di sede e la variazione della superficie di vendita fino ai limiti di cui all'articolo 4, comma 1, lett. e), del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., delle medie strutture di vendita.
2. Il rilascio dell'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento di sede e la variazione della superficie di vendita fino ai limiti di cui all'articolo 4, comma 1, lett. e), del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., delle medie strutture di vendita, è subordinato al rispetto delle norme sulle destinazioni d'uso stabilite dal Piano Regolatore Generale Comunale.
3. La delibera del Consiglio Regionale n. 191 – 43016 del 20 novembre 2012 costituisce il riferimento da assumere per la corretta applicazione dei presenti Criteri.

Articolo 3 – Obiettivi e indirizzi dei Criteri

1. In conformità con i risultati conseguiti dallo studio sull'organizzazione del commercio al dettaglio in sede fissa, e nel rispetto di quanto prescritto dall'articolo 1 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., dall'articolo 1 della Legge Regionale e dall'articolo 2 degli Indirizzi Regionali, i presenti criteri perseguono i seguenti obiettivi generali e settoriali:
 - favorire la modernizzazione del sistema distributivo comunale al fine di realizzare le condizioni per aumentare la sua produttività, la qualità del servizio reso e le informazioni al consumatore;
 - favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio commerciale di prossimità nel centro urbano principale e in particolare nei nuclei frazionali, affinché sia consentito un approvvigionamento facilitato per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso l'eventuale intervento diretto dell'Amministrazione comunale con appositi Progetti Integrati di rivitalizzazione;
 - orientare l'insediamento degli esercizi commerciali in aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare l'identificazione e la fruibilità del territorio nelle sue diverse funzioni;
 - favorire la formazione di un sistema d'offerta articolato e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, in modo che non si producano posizioni dominanti, così che il consumatore possa scegliere tra differenti alternative di offerta, favorendo la realizzazione di condizioni di concorrenza tra le imprese del settore;
 - garantire le possibilità di recupero e sviluppo di quelle strutture commerciali localizzate all'interno del tessuto urbano centrale, al fine di potenziare l'immagine qualitativa del centro storico stesso per migliorare il servizio alla collettività residente e fluttuante, realizzando anche appositi Piani di Qualificazione Urbana (PQU).
 - assicurare, nel pieno rispetto di quanto determinato dalla normativa europea e nazionale, la salvaguardia e il rispetto della salute, dei lavoratori, dell'ambiente anche urbano e dei beni culturali.
Si definisce come obiettivo imperativo il non provocare esternalità negative nei confronti innanzitutto della salute della popolazione residente, a causa dell'accrescimento dell'inquinamento atmosferico causato dagli scarichi dei mezzi privati e dell'inquinamento acustico causato sia dalle operazioni gestionali dell'attività che dell'incremento del traffico veicolare.

Operativamente i presenti obiettivi si realizzano attraverso l'applicazione di norme coordinate di natura funzionale e di natura urbanistica, così come previste ai successivi articoli, tese a determinare misure di completamento, di riqualificazione, di valorizzazione e di salvaguardia della rete distributiva presente sul territorio comunale.

PARTE II – INDICAZIONI GENERALI

Articolo 4 – Definizioni tecniche.

1. Per *commercio al dettaglio in sede fissa* si intende l'attività svolta da chiunque acquisti merci in nome e conto proprio e le rivenda in esercizi ubicati su aree private alle quali il pubblico accede liberamente, **nel rispetto dei requisiti riportati all'articolo 4 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i.**
2. Per *esercizio commerciale in sede fissa* si intende il luogo in cui si esercita l'attività di commercio al dettaglio.
3. Per *superficie di vendita* si intende la superficie netta di pavimento (snp) destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, retrobanchi, casse, scaffalature e simili, **calcolando solo l'area** coperta interamente delimitata dai muri e al netto degli stessi, misurata nella area calcolata come superficie lorda di pavimento (slp) ai fini del rilascio dei prescritti permessi urbanistici. Si considera superficie di vendita anche lo spazio compreso tra il muro, o il divisorio, e il banco per la vendita dei prodotti freschi, anche se il consumatore non può accedervi e anche se vi si svolgono piccole attività di preparazione degli alimenti (taglio, affettatura, ecc.). Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi, separati fisicamente da pareti continue, ai quali il consumatore non possa comunque accedere, e la zona antistante le casse negli esercizi a libero servizio, nella quale il consumatore non possa comunque prelevare le merci. Non costituisce altresì superficie di vendita la superficie espositiva così come definita al successivo **comma 6, nonché l'area interna che delimita le vetrine, sempre che il** consumatore non possa accedervi e prelevare le merci in esse esposte, e le zone di passaggio a esse antistanti, nei casi in cui si trovino sul fronte strada per le parti costituite da spazi pubblici a filo delle stesse che eventualmente si incuneano nelle vetrine stesse.
4. A ogni esercizio commerciale in sede fissa corrisponde una sola superficie di vendita e una sola comunicazione ricevuta ai sensi **dell'articolo 7 o autorizzazione rilasciata ai sensi dell'articolo 8 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i.** o ai sensi della legge 11 giugno 1971, n. 426.
5. La superficie di vendita degli esercizi commerciali che trattano merci ingombranti, delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata (mobilifici, concessionari di auto e moto, **legnami, materiali per l'edilizia e altri similari**, ecc.) può essere limitata dal richiedente, previa sottoscrizione di atto di impegno unilaterale, alla dimensione di 150 mq.; la parte rimanente, soggetta alle prescrizioni di cui al comma seguente, è attribuita a superficie espositiva e vi può accedere il consumatore.

6. La **superficie espositiva di merci ingombranti** è quella parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, separata dalla superficie di vendita da pareti continue, alla quale il pubblico può accedere in condizioni di sicurezza solo per prendere visione dei prodotti non immediatamente asportabili, e non costituisce superficie di vendita.
7. La **superficie espositiva di merci non ingombranti** è quella parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, alla quale il pubblico non può accedere in alcun caso. L'operatore interessato a utilizzare questo tipo di superfici espositive deve preventivamente presentare comunicazione al comune indicando l'ubicazione della superficie espositiva di questo tipo e l'ubicazione dell'esercizio, anche in altro comune, dove avviene la vendita.
8. L'attività di vendita da parte di industriali o artigiani dei prodotti provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività di produzione, può essere esercitata, ai sensi del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., in locali con libero accesso al pubblico (**spacci aziendali**), con una superficie di vendita pari a massimi 150 mq., comunque ricavati, in condizioni di sicurezza, negli immobili in cui si svolge la produzione. Sono **altresì compatibili con l'uso produttivo le superfici di vendita al minuto di stretta pertinenza di attività di artigianato di servizio e/o di attività commerciali all'ingrosso.**
9. **Ai sensi dell'articolo 16 del D. Lgs. 114/98** e s.m.i., la vendita di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo di accedervi, è soggetta ad apposita comunicazione al Comune. La vendita deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico (**spacci interni**), che non abbiano accesso diretto dalla pubblica via. La comunicazione deve contenere quanto **previsto dal comma 3 dell'articolo 16 del D. Lgs. 114/98** e s.m.i..
10. La **superficie di vendita di un centro commerciale** è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali al dettaglio presenti in esso.
11. Per **commercio all'ingrosso** si intende 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 a utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione.

Articolo 5 – Definizioni di offerta commerciale.

1. Per offerta commerciale si intende il complesso dei prodotti e dei relativi servizi venduti da un singolo esercizio commerciale. Ai fini dei presenti Criteri, l'offerta commerciale si definisce come segue:
 - a. offerta alimentare (settore merceologico alimentare);
 - b. offerta extra alimentare (settore merceologico extra alimentare);
 - c. offerta mista (determinata dalla presenza nello stesso esercizio commerciale sia del settore merceologico alimentare che di quello extra alimentare).
2. Le medie e le grandi strutture di vendita, al fine di completare l'offerta commerciale, possono integrarla con i prodotti complementari appartenenti all'altro settore merceologico, assegnando all'interno della superficie di vendita autorizzata dell'esercizio una superficie non superiore ai 150 mq. e comunque non superiore al 20% della superficie di vendita autorizzata. A tale scopo è necessario presentare apposita comunicazione da parte dell'interessato.
3. Ai fini dei presenti Criteri sono escluse le forme di vendita non comprese nell'articolo 4, comma 1, lettere d) (esercizi di vicinato), e) (medie strutture di vendita), f) (grandi strutture di vendita), g) (centri commerciali) del D. Lgs. 114/98 e s.m.i.

Articolo 6 – Classificazione delle tipologie di strutture distributive

1. Gli esercizi di vendita in sede fissa, ai sensi degli articoli 7, 8 e 9 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., si suddividono in:
 - Esercizi di vicinato, aventi superficie di vendita fino a 150 mq.;
 - Medie strutture di vendita, aventi superficie di vendita compresa tra 151 mq. fino a 1.500 mq.;
 - Grandi strutture di vendita, aventi superficie di vendita superiore a 1.500 mq.
 - Centri commerciali.
2. Al fine di favorire l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie nel rispetto della libera concorrenza, le medie e le grandi strutture di vendita sono classificate adottando la classificazione di cui al comma 2 dell'articolo 8 degli Indirizzi regionali. La classificazione delle medie e grandi strutture si riporta di seguito:

Esercizi di vicinato

Tutti gli esercizi commerciali aventi superficie non superiore a mq 150; la loro localizzazione è funzionalmente compatibile su tutto il territorio comunale fatte salve eventuali e specifiche limitazioni.

Medie strutture di vendita:

offerta alimentare e/o mista:

M-SAM1: superficie di vendita da 151 a 250 mq

M-SAM2: superficie di vendita da 251 a 900 mq

M-SAM3: superficie di vendita da 901 a 1.500 mq

offerta non alimentare:

M-SE1: superficie di vendita da 151 a 400 mq

M-SE2: superficie di vendita da 401 a 900 mq

M-SE3: superficie di vendita da 901 a 1.500 mq

Grandi strutture di vendita:

offerta commerciale mista

G-SM1: superficie di vendita da 1.501 a 4.500 mq

offerta commerciale non alimentare

G-SE1: superficie di vendita da 1.501 a 3.500 mq

Centri commerciali

Medie strutture di vendita

M-CC: da 151 a 1.500 mq di superficie di vendita complessiva

Grandi strutture di vendita (oltre i limiti massimi di cui sopra)

G-CC1: superficie di vendita fino a 6.000 mq

3. **La modifica o l'aggiunta di un settore merceologico in una media o grande struttura di vendita, fatto salvo quanto previsto dal precedente articolo 5, comma 2, nonché il passaggio da una classe dimensionale all'altra sono soggetti alle norme stabilite dai presenti Criteri per le nuove autorizzazioni relative al trasferimento e per le variazioni di superficie di vendita di cui all'articolo 15 degli Indirizzi Regionali.**

Articolo 7 – Coerenza funzionale e urbanistica dello sviluppo urbano del commercio.

1. Ai sensi del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., lo sviluppo del commercio non è soggetto ad alcuna limitazione quantitativa, fatto salvo il rispetto dei **principi contenuti nell'articolo 41 della Costituzione e nella legge 287/90** recante le norme per la tutela della concorrenza e del mercato.

2. Per garantire il rispetto della **libera concorrenza e per l'efficace perseguimento degli obiettivi di cui all'articolo 3 dei presenti Criteri e del D. Lgs. 114/98 e s.m.i.**, si ritiene essenziale che non si formino posizioni **dominanti, e pertanto, ferma restando l'assenza di vincoli quantitativi** allo sviluppo complessivo nelle singole zone, sono posti limiti di dimensione ai singoli punti di vendita.
3. **L'insediamento degli esercizi commerciali in sede fissa è compatibile** su tutto il territorio comunale fatte salve le limitazioni di cui al Piano Regolatore Generale e al successivo articolo 13 e articolo 14 sulla compatibilità territoriale allo sviluppo.

PARTE III – ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Articolo 8 – Programmazione comunale.

1. Il Comune, nell'ambito della autonomia programmatica sancita dalle leggi, ai sensi dell'articolo 4, comma 1, della Legge regionale con la presente normativa, risponde all'obbligo di adeguare il suo strumento urbanistico generale nel rispetto dei principi e delle norme contenute negli Indirizzi Regionali.
2. Il Comune con la presente normativa adotta altresì i criteri per il rilascio delle autorizzazioni amministrative di cui all'articolo 8, comma 3 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i.
3. Il Comune di Castelnuovo Don Bosco, così come identificato dagli articoli 9, 10 e 11 degli Indirizzi Regionali, si identifica come un comune appartenente alla rete primaria, classificandosi come sub-polo.

Articolo 9 – Zonizzazione

1. Le nuove aperture, i trasferimenti di sede, le variazioni della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite, fatto salvo quanto disposto relativamente alla destinazione d'uso delle aree o dei locali, nelle zone di insediamento commerciale così come definite dalla presente normativa e nel rispetto delle tavole e delle NTA del PRGC vigente.
2. Ai sensi dell'articolo 12 degli Indirizzi Regionali, la presente normativa individua sul territorio le zone attuali e potenziali di insediamento delle attività commerciali, in funzione del livello di aggregazione spaziale degli esercizi e del rapporto con il sistema delle residenze.
3. Poiché il territorio comunale presenta caratteri urbanistici e antropici ben differenziati, con una definizione delle funzioni consolidata, si ritiene opportuno, con la presente normativa, procedere a individuare e classificare le zone in:
 - Addensamenti commerciali: porzioni di territorio urbano o extraurbano, percepiti come omogenei e unitari, che raggruppano un insieme di attività commerciali, paracommerciali e assimilabili, ubicate l'una in prossimità dell'altra in un ambito a scala pedonale, nella quale il consumatore trova un insieme organizzato e integrato di offerta commerciale e di servizi;
 - Localizzazioni commerciali: formate da zone urbane o extraurbane, sedi attuali o potenziali di insediamenti commerciali, ubicate all'esterno di addensamenti commerciali.

Articolo 10 – Individuazione degli addensamenti commerciali

1. Ai sensi dell'articolo 13 degli Indirizzi Regionali il Comune riconosce nell'ambito del proprio territorio i seguenti tipi di addensamento commerciale:
 - a. **A. 1 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE STORICO RILEVANTE.** È riconoscibile nell'area centrale corrispondente al centro storico. È l'ambito commerciale di antica formazione, che si è sviluppato spontaneamente intorno al fulcro del centro urbano, caratterizzato da una buona densità commerciale e di servizi e da una elevata densità residenziale. Corrisponde con l'intero reticolo viario compreso nella delimitazione del Centro Storico, identificato dal P.R.G.C., ai sensi dell'articolo 24, punto 2, della legge regionale 56/1977 e s.m.i., come da cartografia allegata.
 - b. **A. 4 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE URBANO MINORE.** È individuato nel tessuto residenziale di non antica formazione, percorso da un asse viario di livello urbano, caratterizzato da una apprezzabile presenza di esercizi commerciali e di servizio e da buona densità residenziale di contorno, con una offerta commerciale tendenzialmente completa. È la sede attuale e potenziale di offerta concentrata, complementare all'addensamento storico rilevante. Esso corrisponde con entrambi i lati di Piazza Dante e Viale Regina Margherita, per una profondità nel tessuto residenziale di 40 metri rispetto a tali assi, come da cartografia allegata.
2. Per una più precisa identificazione si fa riferimento alla cartografia allegata alle presenti norme.
3. Il Comune presenta delle caratteristiche urbanistiche e commerciali che non consentono di identificare altri tipi di addensamenti commerciali nell'ambito del proprio territorio.

Articolo 11 – Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali.

1. **Localizzazioni commerciali urbane non addensate L. 1.:** sono le zone del tessuto residenziale candidate a ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Tali localizzazioni non devono far parte dell'addensamento storico rilevante (A.1.) o dell'addensamento urbano minore (A.4), così come definiti e individuati dal precedente articolo 10.

2. Le localizzazioni di tipo L. 1. sono riconoscibili solamente quando corrispondono ad aree totalmente intercluse per almeno tre lati nel **tessuto residenziale nell'ambito del centro abitato, così come definito dall'articolo 11 comma 8 bis degli Indirizzi regionali**. Esse sono preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano, **sempre che sia prevista la destinazione d'uso commerciale già al momento della presentazione dell'istanza di autorizzazione, nel rispetto totale dei seguenti parametri inderogabili e vincolanti secondo le modalità stabilite dall'articolo 14, comma 4, lettera a), della DCR 191 – 43016 del 20 novembre 2012. L'ordine di grandezza del parametro X.1. s'intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati. Il parametro X.1 si intende soddisfatto anche nel caso in cui altre localizzazioni si riferiscano allo stesso nucleo residenziale.**

3.

EPIGRAFE	PARAMETRO	CASTELNUOVO
Ampiezza del raggio del nucleo in cui calcolare i residenti (mt.)	Y.1	500
Numerosità minima dei residenti nel cerchio	X.1	2.500
Distanza stradale massima della localizzazione dal nucleo residenziale (mt.)	J.1	700
Dimensione massima della localizzazione (mq)	M.1	40.000

4. La dimensione massima della localizzazione si ottiene sommando la superficie territoriale di tutte le aree contigue in cui sia ammessa la destinazione commerciale e che contestualmente vedano al loro **interno, al momento del riconoscimento, l'esistenza di strutture di media o grande dimensione, oppure consentano l'insediamento di esercizi di media o grande dimensione (siano cioè già state riconosciute come addensamenti o localizzazioni), anche se risultano separate da spazi pubblici o da opere di urbanizzazione primaria o secondaria.**
5. **Localizzazioni commerciali urbano periferiche L. 2.:** sono le **zone ubicate all'esterno del** tessuto residenziale urbano, lambite preferibilmente da assi viari di primo livello. Sono candidate a ospitare attività rivolte al servizio dei consumatori nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Tali localizzazioni non devono far parte **dell'addensamento storico rilevante (A.1.) o dell'addensamento urbano minore (A.4)**, così come definiti e individuati dal precedente articolo 10, nonché delle localizzazioni di tipo L. 1, e che non sono intercluse tra esse. Le localizzazioni di tipo L.2. sono individuate nel rispetto totale dei seguenti parametri, inderogabili e vincolanti. **L'ordine di grandezza dei parametri X.2., H.2. e W.2. si intende sod-**

disfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati.

6.

LOCALIZZAZIONI URBANO PERIFERICHE L.2.	PARAMETRI	CASTELNUOVO
Ampiezza del raggio del nucleo in cui calcolare i residenti (mt)	Y. 2	800
Numerosità dei residenti all'interno del nucleo	X. 2	2.000
Distanza stradale massima della localizzazione dal nucleo residenziale (mt)	J. 2	1.000
Dimensione minima del lotto (mq.)	H.2	20.000
Distanza minima da altro addensamento urbano A.1	W. 2	1.500

7. Le localizzazioni così individuate, possono comprendere esercizi commerciali già in funzione, le cui future vicende autorizzative saranno assoggettate alle regole previste per la specifica localizzazione.

Articolo 12 – Individuazione delle localizzazioni commerciali

1. Come indicato nella relazione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie e grandi strutture di vendita, **nell'ottica di procedere a una distribuzione sul territorio del servizio commerciale che si localizzi in maniera più addensata possibile, con la funzione di integrare e sostenere l'offerta del Centro Storico, al fine di perseguire l'obiettivo di raggiungere un potenziamento dell'offerta commerciale complessiva del comune**, si determina di confermare il riconoscimento sul territorio comunale una localizzazione commerciale urbano periferica di tipo L. 2, ubicata lungo la SP. 33 Berzano S. Pietro Viale, **corrispondente all'area individuata nella planimetria allegata.**
2. Il riconoscimento della suddetta localizzazione commerciale urbano periferica di tipo L. 2 è avvenuto ai sensi della DCR n. 347-42514 del 23 dicembre 2003, previo parere favorevole rilasciato dalla Provincia di Asti (prot. N. 18549 del 17 marzo 2004), con una modifica del perimetro approvata con la DCC n. 2 del 28 gennaio 2006, nel rispetto delle disposizioni e dei parametri delle DCR 347/2003 e DCR 59/2006.

3. **Ai sensi dell'articolo 14, comma 4, secondo capoverso del testo coordinato dell'Allegato A alla DCR n. 563-13414 del 29 ottobre 1999, così come modificato dall'Allegato A alla DCR 347-42514 del 23 dicembre 2003, così come modificato dall'Allegato A alla DCR n. 59-10831 del 24 marzo 2006, è stato approvato il Progetto unitario di coordinamento con DCC n. 15 del 19 giugno 2006.**
4. **Ai sensi dell'art. 17, comma 4, della DCR n. 59-10831 del 24 giugno 2006, il comune ha sottoposto il Progetto unitario di coordinamento alla conferenza dei Servizi ai sensi dell'art. 9 del D.Lgs 114/98, rientrando la L.2 oggetto di analisi nel caso di esercizi di vicinato e di medie strutture di vendita, ancorché separate da spazi pubblici, che cumulano superficie di vendita superiore ai 1.500 mq, ottenendone l'approvazione con prot. 8067/17.1 del 12 luglio 2006.**
5. Le autorizzazioni in essere nella L.2 riconosciuta sono state rilasciate **ai sensi dell'art. 8 del D. Lvo 114/1998 e dall'art. 15 della DCR n. 59-10831 del 24 giugno 2006. La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite nel rispetto di quanto definito dall'articolo 15 della DCR 191-43016 del 20 novembre 2012 e nel rispetto di quanto stabilito nelle tavole e nelle NTA del PRGC vigente.**
6. Chiunque ne faccia richiesta può riconoscere delle nuove localizzazioni **urbane non addensate di tipo L.1 sull'intero territorio comunale**, nel pieno e integrale rispetto di quanto stabilito dal precedente articolo 11, comma 1, 2 e 3 e dal presente articolo, sempre che, al momento della presentazione dell'istanza, **l'area risulti compatibile con la destinazione d'uso commerciale (anche a seguito di contestuale cambio di destinazione di uso).**
7. **Al momento della presentazione dell'istanza, il richiedente dovrà presentare una planimetria in scala 1:1.000 dalla quale risulti la perimetrazione della localizzazione L.1, che dovrà comprendere al suo interno oltre al punto vendita tutte le sue pertinenze, quali i posti a parcheggio, le aree di servizio all'attività commerciale, quali le aree di carico e scarico merci, per la raccolta rifiuti e simili, la viabilità di distribuzione dei posti a parcheggio e le aree verdi.**

PARTE IV – COMPATIBILITÀ TERRITORIALE ALLO SVILUPPO

Articolo 13 – Compatibilità territoriale allo sviluppo

1. Ai sensi dell'articolo 17 degli Indirizzi Regionali, la compatibilità territoriale allo sviluppo di ciascuna tipologia di strutture distributive è vincolo inderogabile in sede di nuova apertura, di variazione di superficie di vendita, di trasferimento di sede di esercizi commerciali, di modifica o aggiunta di settore merceologico e di rilascio dei prescritti permessi urbanistici relativi agli insediamenti commerciali.
2. Per ciascun addensamento commerciale e per ciascuna localizzazione commerciale si individuano le seguenti compatibilità tipologico funzionali, **determinate in funzione degli obiettivi stabiliti dall'articolo 3 del presente regolamento:**

TABELLA DI COMPATIBILITÀ

TIPOLOGIE	Superfici vendita	Addensamenti		Localizzazioni	
		A.1.	A.4	L.1.	L.2.
Vicinato	Fino a 150	SI	SI	SI	SI
M SAM 1	151-250	SI	SI	SI	NO
M SAM 2	251-900	SI	SI	SI	NO
MSAM 3	901-1.500	NO	NO	SI	SI
M SE 1	151-400	SI	SI	SI	SI
M SE 2	401-900	SI	SI	SI	SI
M SE 3	901-1.500	NO	NO	SI	SI
M CC	151-1.500	SI	NO	SI	SI
G SM 1	1.501-4.500	NO	NO	SI ⁽¹⁾	NO
G SE 1	1.501-3.500	NO	NO	NO	SI ⁽²⁾
G CC 1	Fino a 6.000	NO	NO	SI ⁽³⁾	SI

(1) solo fino a 1.800 mq.

(2) solo fino a 3.000 mq.

(3) solo fino a 3.000 mq.

3. Per il rilascio delle autorizzazioni relative alle grandi strutture di vendita si applica la tabella **di compatibilità territoriale** di cui all'articolo 17 degli Indirizzi regionali.

Articolo 14 – Provvedimenti relativi a nuove aperture, trasferimenti, variazione della superficie e del settore merceologico.

1. La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite nel rispetto **di quanto definito dall'articolo 15 degli Indirizzi Regionali e nel rispetto di quanto stabilito nelle tavole e nelle NTA del PRGC vigente.**

Articolo 15 – Priorità ed accorpamenti delle autorizzazioni

1. Per quanto riguarda gli accorpamenti e la priorità nell'esame delle domande si applica, per quanto compatibile con la presente normativa, le regole previste dall'articolo 21 degli Indirizzi Regionali.

Articolo 16 – Esercizi di vicinato

1. Gli esercizi di vicinato, così come definiti al sensi dell'articolo 7 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., possono insediarsi su tutto il territorio comunale nel rispetto delle destinazioni d'uso stabilite dal P.R.G.C.
2. Le nuove aperture e i trasferimenti di sede di esercizi di vicinato sono **consentite previa comunicazione, come prevista dell'articolo 7 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., e dimostrazione del rispetto degli standard urbanistici relativi alle superfici da destinare a parcheggio stabiliti dal P.R.G.C.**
3. L'area relativa alla soddisfazione degli standard a parcheggio deve essere ricavata nell'area di pertinenza dell'edificio in cui è ubicata l'unità commerciale e comunque al di fuori della sede stradale.

PARTE V – COMPATIBILITÀ URBANISTICA ALLO SVILUPPO COMMERCIALE

Articolo 17 – Adeguamento del P.R.G.C., degli strumenti attuativi e dei regolamenti di polizia locale.

1. Le norme contenute nei presenti Criteri costituiscono, per la loro parte, adempimento delle disposizioni di cui all'articolo 4 della L. R. 28/99 e s.m.i., nell'ambito delle approvazioni previste dall'articolo 29 comma 3, degli Indirizzi Regionali.

Articolo 18 – Standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta.

1. L'insediamento di attività commerciali al dettaglio, oltre alla verifica dell'osservanza dello standard urbanistico di cui all'articolo 21, comma 1, punto 3), della Legge regionale 56/77 e s.m.i., dovrà verificare altresì la dotazione del fabbisogno ai sensi dell'articolo 21, comma 2 della stessa legge regionale, verificando l'esistenza sia del numero di posti auto che della rispettiva superficie.
2. Il fabbisogno totale dei posti a parcheggio è calcolato secondo i parametri della successiva tabella, mentre il fabbisogno totale di superficie da destinare a parcheggio si ottiene moltiplicando il numero di posti auto così determinati per il coefficiente di trasformazione in superficie di un posto parcheggio.

TIPOLOGIE	DESCRIZIONE	Superficie di vendita	Formula da applicare
M SAM 2	Medie strutture miste	400 - 900	$N = 35 + 0,05 (S-400)$
M SAM 3	Medie strutture miste	901 - 1500	$N = 60 + 0,10 (S-900)$
M SE 2	Medie strutture extra alimentari	401 - 900	$N = 0,045 \times S$
M SE 3	Medie strutture extra alimentari	901 - 1.500	$N = 0,045 \times S$
M CC	Medi centri commerciali	151 - 1.500	$NCC = N' + (0,12 \times S')$

TIPOLOGIE	DESCRIZIONE	Superficie di vendita	Formula da applicare
G SM 1	Grande struttura mista	1.501 - 1.800	Nei comuni con meno di 10.000 abitanti le grandi strutture con meno di mq 2.500 di vendita sono trattate come medie strutture alimentari miste e/o miste da mq. 1.801 a mq. 2.500: $N = 140 + 0,15 (S - 1.800)$
G SE 1	Grande struttura extra alimentare	1.501 - 3.000	$N = 40 + 0,08 (S - 900)$
G CC 1	Grande centro commerciale	Fino a 6.000	$NCC = N' + 0,12 \times S'$

N = numero posti auto

S = superficie di vendita

NCC = numero posti auto del centro commerciale

N' = è calcolato sommando il fabbisogno di ciascuna delle medie e grandi strutture di vendita presenti nel CC

S' = è il totale delle superfici di vendita degli altri negozi presenti nel CC

3. Il coefficiente di trasformazione in superficie (mq.) di ciascun posto a parcheggio è pari a:
 - a) mq. 26 comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati al piano di campagna;
 - b) mq. 28 comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati nella struttura degli edifici o in apposite strutture pluripiano.
4. Per il calcolo del fabbisogno di posti auto e della relativa superficie da destinare a parcheggio per le medie e le grandi strutture di vendita, si applicano i parametri di cui al comma 2 del presente articolo e **dell'articolo 25 degli Indirizzi Regionali. Dalla planimetria allegata al progetto si dovrà evidenziare il rispetto sia del numero di posti auto, calcolato con le precedenti formule, sia della superficie destinata a parcheggio.**
5. La verifica della dotazione del fabbisogno di posti auto e della relativa superficie da destinare a parcheggio per ciascuna delle tipologie di cui all'articolo 6 dei presenti Criteri, è da effettuarsi nel caso in cui venga avanzata richiesta di pratica edilizia.
6. Per le strutture di vendita fino a 400 mq. ricadenti **nell'addensamento storico rilevante di tipo A.1 e nell'addensamento**

minore A.4, ai sensi dell'articolo 25, comma 5, degli Indirizzi Regionali, si applica quanto prescritto dall'articolo 21, primo comma, numero 3) della l.r. 56/1977 e s.m.i.

7. La quota di posti a parcheggio privati e relativa superficie non soggetta alle norme dell'articolo 21 della legge regionale n. 56/77 e s.m.i. e ai precedenti commi del presente articolo, è reperita in aree private per il soddisfacimento delle norme dell'articolo 41 sexies della legge 1150/42, così come modificata dalla legge 122/89.

Articolo 19 – Salvaguardia dei beni culturali e ambientali.

1. Le attività commerciali si svolgono nel rigoroso rispetto dei beni culturali e ambientali individuati ai sensi dell'articolo 24 della legge regionale 56/77 e s.m.i., secondo le finalità indicate all'articolo 6 del D. Lgs. 114/98 e s.m.i., e della legge n. 28 del 24 febbraio del 2004 e s.m.i.
2. La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita di esercizi commerciali in sede fissa che comportino interventi edilizi su edifici che ricadano nella zona urbana centrale storica oppure rientrino tra quelli riconosciuti come edifici oggetto di tutela, sono assoggettate al rispetto di quanto disposto dagli strumenti urbanistici vigenti.

Articolo 20 – Verifica dell'impatto sulla viabilità e regolamentazione delle aree di sosta.

1. Le autorizzazioni per le nuove aperture, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita delle attività commerciali con superficie di vendita superiore ai 900 mq. su tutto il territorio comunale, sono soggette a una verifica preventiva favorevole, effettuata dagli Uffici Tecnici comunali, circa l'impatto sulla viabilità e alle eventuali soluzioni se sussistono problemi, sulla base di una relazione da presentarsi a carico del richiedente in sede di domanda di autorizzazione commerciale.
2. Lo studio di cui al comma precedente deve comprendere anche la valutazione e la verifica approfondita delle condizioni di mercato con specifico riferimento al rischio di formazione di posizioni dominanti e alla garanzia che possa svilupparsi correttamente la dinamica concorrenziale e a evitare l'impatto traumatico sull'occupazione e sulla funzionalità complessiva del sistema distributivo locale.
3. L'analisi, la valutazione e la verifica di impatto sulla viabilità previste dal comma 1 del presente articolo devono essere altresì estese a ve-

rifiche di compatibilità ambientale, ai sensi dell'art. 27 degli Indirizzi regionali, con particolare riguardo all'inquinamento atmosferico e acustico.

4. Tutte le attività commerciali ubicate nelle localizzazioni urbane non **addensate devono dimostrare all'atto della presentazione** della domanda di autorizzazione, oltre alla disponibilità di parcheggi, anche quella di appositi spazi o cortili destinati alla movimentazione delle merci e di aree di sosta per gli automezzi in attesa di scarico.

PARTE VI – DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 21 – Interventi per il sostegno degli insediamenti commerciali.

1. L'Amministrazione comunale al fine di preservare, sviluppare e potenziare le dinamiche competitive del commercio e gli effetti positivi che queste forniscono al consumatore, alle forme di aggregazione sociale e all'assetto urbano, promuove la realizzazione di progetti e programmi anche di natura urbanistica ed edilizia, volti alla riqualificazione del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbana locale, ai sensi dell'articolo 18 e 19 degli Indirizzi Regionali.
2. Nell'ambito di queste finalità possono essere previste le seguenti tipologie di intervento:
 - a) Programmi di Qualificazione Urbana (PQU) per gli addensamenti A. 1 e A. 3;
 - b) Programmi Integrati di Rivitalizzazione delle realtà minori (P.I.R.) per le frazioni o le parti omogenee del territorio comunale urbanizzato con meno di 3.000 abitanti.

Articolo 22 – Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi di costruire e/o DIA edilizie.

1. I permessi di costruire relativi alle medie strutture di vendita sono rilasciati, nel rispetto di quanto previsto dalla legge regionale 56/77 e s.m.i., seguendo il principio della contestualità con le autorizzazioni commerciali secondo quanto indicato dal D. Lgs. 114/98 e s.m.i.
2. I permessi di costruire relativi alle grandi strutture di vendita devono essere rilasciati entro novanta giorni dalla pubblicazione sul B.U.R. del parere favorevole espresso dalla conferenza di servizi così come prevista dall'articolo 3, comma 5, della L. R. 28/99 e s.m.i.
3. Nel caso di Denuncia di Inizio Attività edilizia si applica la normativa ai sensi del D.P.R. 380/2001.

Articolo 23 – Forme particolari di commercio.

1. Le erboristerie sono da considerarsi esercizi di carattere misto, e pertanto il soggetto che intenda esercitare la vendita di prodotti di

erboristeria deve essere in possesso del requisito professionale previsto per il commercio dei generi alimentari.

2. **L'attività di vendita corrispondente alle tabelle merceologiche speciali è vincolata all'attività principale di farmacia, rivendita di generi di monopolio o di distribuzione di carburanti e non può essere ceduta o comunque trasferita separatamente dall'attività principale alla quale inerisce.**
3. Le attività di vendita di giornali e riviste rimangono assoggettate alla **normativa di settore che fa capo al D. Lgs. 170/2001 e all'apposito piano comunale.**
4. Non costituisce attività di somministrazione di alimenti e bevande **l'assaggio gratuito degli stessi organizzato dal venditore a fini di promuovere i prodotti in vendita.**

Articolo 24 – Norme finali

1. Per quanto non espresso nei presenti Criteri si applica, per quanto compatibile, quanto riportato negli Indirizzi regionali, nella L. R. 28/99 e s.m.i. e nel D. Lgs. 114/98 e s.m.i.