



COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

RELAZIONE INTRODUTTIVA

Redattori:
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

PREMESSA	3
PROGRAMMA DI URBANISTICA COMMERCIALE E ADEGUAMENTO DEGLI STRUMENTI URBANISTICI COMUNALI ALLE DISPOSIZIONI DI CUI ALLA NORMATIVA IN MATERIA DI COMMERCIO.	4
Riferimenti normativi e obiettivi	4
Lo stato attuale	8
Il modello di rete di distribuzione	9
Iniziative auspicabili	10
PROGRAMMAZIONE COMUNALE DELLE ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE AL PUBBLICO DI ALIMENTI E BEVANDE	11
Quadro normativo di riferimento	11
Rilievo stato attuale	12
Iniziative auspicabili	12
RIVENDITE DI QUOTIDIANI E PERIODICI	14
ATTIVITA' SU AREE PUBBLICHE	14
PROMOZIONE DELLE ATTIVITÀ LOCALI.	16

PREMESSA

Il Piano Commerciale è individuato come uno strumento organico comprendente:

- a) Programma di urbanistica commerciale (comma 2 art.8 LR 5/2006, con rinvio all'art. 19 che a sua volta, in attesa di provvedimenti attuativi, rimanda alla DGR 55/108 del 2000 in particolare, per quanto non contrastante con la LR 5/2006, all'abaco delle compatibilità)
- b) Programma comunale delle attività di somministrazione;
- c) Piano per le rivendite di quotidiani e periodici;
- d) Piano per le attività su aree pubbliche e
aree per lavorazione e cessione di prodotti artigianali e artistici;
- e) Piano per le attività di promozione delle attività locali.

Il presente documento deriva da una precedente elaborazione, rivista ed aggiornata in relazione alle modificazioni normative intervenute dopo la stesura definitiva che, pur anticipando gran parte delle novità intervenute deve, ad oggi, fare riferimento ad un nuovo quadro normativo.

E' bene qui ricordare che per quasi quarant'anni la regolamentazione del settore distributivo si è basata sulla legge 426/71, che proponeva una programmazione articolata su una suddivisione settoriale delle autorizzazioni, in base alla merceologia commercializzata, ed un contingentamento delle nuove aperture e degli ampliamenti degli esercizi esistenti, impostato su un rigido rapporto tra offerta e dimensioni del mercato.

Successivamente, la crescente dinamica dei consumi, la presenza di nuove forme distributive riguardanti tipologie merceologiche diverse, l'assenza di coordinamento tra previsioni commerciali ed urbanistiche, hanno indotto ad una riforma di questa normativa con la legge n°114/98, detta anche legge Bersani.

In Sardegna la normativa applicativa della legge Bersani ha avuto un iter assai travagliato con una serie di provvedimenti che si sono succeduti negli ultimi anni. A ciò si è sovrapposta la riforma del Titolo V della Costituzione, ad opera della Legge Costituzionale 18 ottobre 2001, n°3 che, con la riscrittura dell'art.117 della Costituzione, il quale ha assegnato il commercio come materia di competenza esclusiva, alle regioni, consentendo ad esse di operare in maniera autonoma rispetto alla normativa nazionale.

Recentemente con la Legge Regionale 18 maggio 2006, n°5 è stata emanata una *disciplina organica delle attività commerciali* con il rinvio a diversi regolamenti attuativi riguardanti settori specifici, oggi in vigore, ed un regime transitorio, per quanto riguarda l'urbanistica, che continua a fare riferimento alla D.G.R. 55/108 del 2000.

Nel frattempo il cambiamento normativo prosegue attraverso il Decreto Legge 4 luglio 2006 n° 223, noto anche come Decreto Visco-Bersani che, tra le altre prescrizioni, elimina i limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale.

Infine con la L.R. 17/2006, la Regione apporta alcune modifiche alla L.R.5/2006.

PROGRAMMA DI URBANISTICA COMMERCIALE E ADEGUAMENTO DEGLI STRUMENTI URBANISTICI COMUNALI ALLE DISPOSIZIONI DI CUI ALLA NORMATIVA IN MATERIA DI COMMERCIO.

Riferimenti normativi e obiettivi

Dopo l'emanazione della Legge Regionale 18 maggio 2006, n°5 e le modifiche ad essa apportate dalla LR 6 dicembre 2006 n°17, il quadro normativo del settore urbanistico - commerciale in Sardegna, si presenta ancora in divenire.

Occorre ricordare che con la Deliberazione della Giunta Regionale 55/108 del 29.12.2000, la regione, nel dare attuazione in Sardegna al D.L.gs 114/98 (Decreto Bersani) mediante un provvedimento di Giunta regionale, ha programmato il settore commercio sotto il profilo squisitamente urbanistico.

Per completezza, si precisa che con D.G.R. 28 maggio 2003 n°15/35 era stata modificata la D.G.R. 55/108 del 2000 là dove non prevedeva la possibilità di ubicare medie strutture di vendita nelle zone classificate dagli strumenti urbanistici "D" e "G", di cui al D.A. n°2266/U del 20 dicembre 1983.

Successivamente ulteriori modifiche alla D.G.R. 55/108 sono state introdotte ad opera della D.G.R. n°4/1 del 6 febbraio 2004.

Tra gli altri obiettivi la Legge Regionale 5/2006 si pone:

- a) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
- b) la tutela del consumatore;
- c) il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle microimprese, delle piccole e medie imprese e delle loro iniziative associate;
- d) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali e montane con particolare attenzione alle funzioni del commercio per la valorizzazione della qualità sociale delle città e dei territori;
- e) favorire l'associazionismo tra le micro, piccole e medie imprese;
- f) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che integrino e valorizzino la qualità delle città, dei piccoli comuni e la loro rivitalizzazione, la riqualificazione e il riuso di aree urbane, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, nonché evitare lo spopolamento dei piccoli comuni e mantenere un'offerta adeguata;
- g) favorire la nascita di centri commerciali naturali, intesi come insieme di attività commerciali, artigianali e di servizi, di cui all'articolo 36 della stessa LR 5/2006, che svolgono attività integrate secondo un indirizzo comune e sono individuati giuridicamente nelle forme del consorzio o dell'associazione; tenuto conto che possono aderire alla formazione dei centri commerciali naturali il comune, gli enti pubblici e privati e le associazioni di categoria; il centro commerciale naturale ha la finalità di valorizzare e riqualificare il commercio nelle aree urbane in armonia con il contesto culturale, sociale, architettonico, con particolare riferimento al rilancio economico-sociale dei centri storici;

Nell'enunciazione della legge si individuano i principi posti alla base dei i criteri regionali di urbanistica commerciale che la regione dovrà emanare e che attualmente e in via transitoria sono individuati nella D.G.R. 55/108 del 2000 per quanto non contrastanti con la LR 5/2006. Tali principi sono:

- a) favorire un equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, nel rispetto dei principi di cui all'articolo 1 della LR 5/2006;
- b) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva dei centri urbani, nelle zone interne, rurali e montane, con particolare riguardo ai centri minori;
- c) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che integrino e valorizzino la qualità dei comuni, la rivitalizzazione dei centri urbani, la riqualificazione ed il riuso di aree urbane sottoutilizzate, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, anche attraverso l'integrazione fra attività commerciali, artigianali, pubblici esercizi e attività ricreative;
- d) favorire lo sviluppo del commercio nelle aree di valore storico, archeologico, ambientale e turistico;
- e) individuare linee generali per favorire lo sviluppo dei centri commerciali naturali;
- f) promuovere progetti di riqualificazione commerciale di aree urbane colpite da processi di spopolamento.

Nell'attesa di emanazione dei criteri di urbanistica commerciale restano quindi applicabili, per le parti non contrastanti con la LR 5/2006, il Dlgs. 114/98 e le disposizioni di cui alla DRG 55/108 del 2000, entrambi come fino ad oggi aggiornati e modificati.

In particolare, l'abaco delle compatibilità di cui alla succitata deliberazione 55/108 si applica per la parte non contrastante con la LR 5/2006. La genericità della prescrizione di legge, riferita ai possibili contrasti, apre spazi di interpretazione ambigua che inducono la necessità di ridurre se non di eliminare il margine di discrezionalità comunale nell'applicazione dell'abaco delle compatibilità di cui sopra.

Per quanto riguarda le Grandi Strutture di Vendita (GSV), la Giunta Regionale, ha approvato in via preliminare con Deliberazione n°21/52 del 29.5.2007 il Piano per le Grandi Strutture di Vendita predisposto ai sensi della L.R. 25.2.2005, n°5 *“disposizioni urgenti in materia di commercio”*.

Il suddetto Piano per le Grandi Strutture di Vendita dovrà quindi essere sottoposto a confronto con le parti sociali e con il Consiglio delle Autonomie Locali, acquisire il parere della competente Commissione consiliare e quindi, dopo le valutazioni delle osservazioni, essere definitivamente approvato .

Questo documento, a fronte di uno studio articolato a livello dell'intero ambito regionale, si orienta su scenari di sviluppo di medio periodo (5-10 anni) delineando tre tipologie di intervento per l'autorizzazione di nuove strutture di vendita, ovvero:

- a. strutture a livello regionale
- b. strutture di livello provinciale
- c. strutture di livello locale.

Le disponibilità di superficie per una sola struttura di livello regionale è di 20.000 mq.. Per il livello provinciale e locale le superfici disponibili sono esplicitate per ogni provincia.

Per la provincia di Sassari non esistono superfici disponibili per il livello provinciale, ne alimentari ne non alimentari, mentre esiste la disponibilità di 2.560 mq. di SV per una struttura a livello locale, non alimentare, da localizzare al di fuori del capoluogo.

Le strutture di rilevanza regionale devono essere previste da accordi fra regione, comune e soggetto privato attuatore. Tali accordi devono definire la rilevanza pubblica dell'iniziativa che può essere costituita dalla previsione di soluzioni progettuali e realizzative in grado di integrare le diverse funzioni: commerciali e para commerciali (pubblici esercizi e artigianato di servizio), direzionali, ludiche e servizi di pubblica utilità alla città e al territorio, oppure da caratteristiche di particolare innovatività e interesse della formula distributiva per il territorio regionale, in relazione alla proposta assortimentale, alle tecniche di vendita e alle politiche di prezzo.

Lo stato attuale

La distribuzione delle attività commerciali esistenti, suddivise in Esercizi di Vicinato (EV) e Medie Strutture di Vendita (MSV), evidenzia alcuni aspetti che inducono le seguenti considerazioni:

- si nota l'elevatissima concentrazione di EV all'interno della delimitazione del centro storico. In particolare, all'interno della perimetrazione le attività risultano concentrate in Via Roma, Via Gilbert Ferret, Via Carlo Alberto e Piazza Civica, mentre il resto della città antica appare spesso totalmente privo di servizi commerciali;
- la fascia abitativa immediatamente a ridosso del centro storico e sostanzialmente coincidente con la zona B di P.R.G., mostra una concentrazione di EV in alcuni ambiti coincidenti con le grandi vie cittadine. Una quasi totale assenza di EV si riscontra invece nelle zone di più recente edificazione, in questo caso ricadenti in gran parte nelle zone C.
- la distribuzione delle MSV, ovvero di quelle attività commerciali con superficie di vendita superiore ai 250 mq. e fino a 1800 mq., evidenzia un affollamento in prossimità delle vie di maggiore comunicazione ed un diradamento verso le zone di nuova espansione. In questa situazione si è rilevato che alla presenza di una MSV spesso non corrisponde la localizzazione di servizi pertinenziali annessi, quali parcheggi dedicati e zone di movimentazione merci. Gli effetti di congestione direttamente collegati ai volumi di traffico che si creano intorno a tali MSV, soprattutto vicino al centro, sono la conseguenza di questo squilibrio.
- il servizio offerto dalle MSV è sostanzialmente uguale a quello che molti EV sono in grado di offrire, poiché non si registrano vantaggi né in termini di convenienza né di varietà dell'offerta.

In sintesi si possono quindi evidenziare alcune problematiche riguardanti le zone omogenee:

- Zona A: elevata concentrazione di attività commerciali in alcune vie del Centro storico, Via Roma, via C. Alberto, via G. Ferret, P. Civica;
- Zona B: polverizzazione di EV senza fornire differenziazione di offerta; presenza di MSV senza adeguata dotazione di standard – parcheggi e movimentazione

- merci – e senza differenziazione dell’offerta, ma anzi con tendenza all’omologazione;
- Zona C frequente carenza di EV e MSV ed in genere di luoghi di aggregazione come potrebbero essere ad esempio forme del tipo Centro Commerciale Naturale (CCN);
 - squilibrio dell’attuale rete distributiva. Esso genera oltre a diseconomie del sistema, anche e frequentemente, bisogni di spostamento in automezzo con conseguente congestione del traffico;
 - Zona F, come le zone C, ma con maggiore intensità, anche le zone turistiche manifestano carenza di strutture commerciali sia a livello di EV che di MSV. Ciò contribuisce ad indurre un assetto di degrado nei periodi di bassa stagione mentre nei periodi estivi ingenera fenomeni di forte congestione. In entrambi i casi si ha un inadeguato servizio all’utente che in questo caso, è anche turista.
 - le altre zone del territorio, risultano scoperte dal servizio commerciale. Ciò è del tutto naturale per quanto riguarda le forme minori di distribuzione. Appare meno corretto per le MSV in quanto le Zone D e G risulterebbero avere maggiore disponibilità di spazi per strutture di dimensioni piuttosto grande e dotate di una maggiore attrattiva che giustifichi uno spostamento in auto.
 - le borgate risultano in generale piuttosto carenti sotto il profilo del presidio commerciale.

Il modello di rete di distribuzione

Il modello di rete si fonda su tre diversi livelli di distribuzione a cui corrisponde una diversa finalità in relazione al tessuto in cui le attività si inseriscono:

EV esercizi di vicinato che debbono fornire un servizio personalizzato rispetto al loro inserimento, contraddistinti da una forte caratterizzazione,

MSV medie strutture di vendita soprattutto alimentari, con funzione di servizio di quartiere finalizzate all’acquisto a breve periodo, infrasettimanale. All’interno di questa tipologia si può individuare un’ulteriore distinzione in base all’offerta:

- Il supermercato contraddistinto dalla varietà dell’offerta.
- Il discount in cui ad un’offerta più limitata corrispondono prezzi più vantaggiosi per il cliente.

Entrambe queste sotto tipologie hanno funzione di calmierazione dei prezzi.

GSV grandi strutture di vendita: hanno funzione di tipo comprensoriale e debbono essere verificate su un bacino corrispondente ad un'area sovracomunale così come disposto dalla normativa vigente.

Iniziative auspicabili

Per l'attuazione pratica dei principi e per il conseguimento degli obiettivi sopra citati in relazione allo stato attuale rilevato, risultano auspicabili le seguenti iniziative riferite alla zonizzazione urbanistica:

- 1) zona A : – incentivare l'apertura di EV specializzati, fortemente caratterizzati sia in relazione all'offerta turistica che alla varietà di offerta orientata all'utenza residente,
 - rivitalizzare altre zone del Centro storico incentivando la localizzazione di diverse attività,
 - promuovere i Centri Commerciali Naturali,
 - mediare le necessità dei residenti, diverse da quelle degli esercizi di somministrazione;
 - individuare zone di pregio e attrattiva commerciale equivalenti e alternative alla zona A Centro storico;

- 2) zone B e C: incentivare il presidio di quartiere con EV fortemente connotati,
 - incentivare nuclei commerciali, soprattutto in forma di Centro Commerciale Naturale, come luogo di aggregazione e concentrazione baricentrica di servizi,
 - consentire MSV nel rispetto degli standard,

- 3) zona F : – incentivare presidio di quartiere con EV fortemente connotati,
 - incentivare Centri Commerciali, (anche in forma di Centro Commerciale Naturale) come luogo di aggregazione e concentrazione baricentrica di servizi,
 - consentire MSV nel rispetto degli standard,

- 4) zone G e D: individuare almeno un'area strategicamente posizionata in prossimità delle grandi vie di comunicazione al fine di consentire una eventuale localizzazione di GSV. Ad oggi non è definita una zona con tali caratteristiche.
Si potrebbe suggerire l'individuazione di una zona commerciale D in prossimità dell'aeroporto e della zona industriale S. Marco. Posizione che risulta appunto sufficientemente lontana dal centro, così da non

indurre fenomeni di attrazione artificiale e ben servita dal sistema di collegamenti in modo da porla in relazione con una realtà comprensoriale.

In particolare per il Centro Storico e in relazione all'apertura di esercizi commerciali si suggerisce di liberalizzare le dimensioni minime per il settore merceologico non alimentare imponendo limiti di tipo igienico sanitario praticabili anche ricorrendo eventualmente a deroghe motivate (p. es. servizi igienici gestiti in maniera consortile con fornitura di un servizio pubblico) escludendo invece da tali deroghe l'apertura di attività di somministrazione di alimenti e bevande e il settore merceologico alimentare.

Non si ritengono invece accettabili deroghe in termini di accessibilità ai disabili rispetto alla normativa vigente.

PROGRAMMAZIONE COMUNALE DELLE ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE AL PUBBLICO DI ALIMENTI E BEVANDE

Quadro normativo di riferimento

Con la Deliberazione della Giunta Regionale n. 54/3 del 28.12.2006 sono state emanate le direttive generali previste dall'art 22 della L.R. 18 maggio 2006, n. 5 sulla base delle quali i comuni devono provvedere alla programmazione delle attività di somministrazione.

Già nella legge regionale 5/2006 sono state unificate le attività di somministrazione di alimenti e di bevande eliminando ogni distinzione esistente in precedenza.

Nella delibera viene inoltre esclusa ogni possibilità di contingentamento richiamando però l'attenzione sull'adeguatezza e l'idoneità degli spazi dedicati alla somministrazione e sull'impatto acustico ed ambientale di tali attività.

E' importante rilevare che la legge regionale di disciplina delle attività commerciali, al comma 5 dell'art 22, pone in capo al Comune la possibilità di individuare aree di particolare interesse storico, artistico, architettonico, archeologico e ambientale nelle quali l'attività di somministrazione è vietata o sottoposta a limitazioni per incompatibilità con la natura delle aree o altresì oggetto di deroga-

Infine per quanto riguarda gli orari di apertura le direttive regionali rimettono alla libera determinazione degli esercenti entro i limiti minimi e massimi stabiliti dal Comune.

Rilievo stato attuale

Dall'analisi dello stato di fatto emerge una notevole concentrazione di attività di somministrazione di alimenti e bevande all'interno della zona A (A1 e A2 del Piano Particolareggiato del Centro Storico) accompagnata da una forte carenza nelle altre zone, non escluse le zone turistiche.

Ciò richiama l'annoso problema della compresenza della funzione abitativa e dell'intrattenimento all'interno della porzione più antica e affascinante della città.

Occorre osservare che entrambe queste funzioni costituiscono la linfa vitale del tessuto urbano storico e che senza di esse ben poco vivo e vitale apparirebbe questo scorcio così noto della città.

Appare quindi evidente che non si possa parlare di esclusione dal centro storico di talune attività, ma bensì di regolamentazione e soprattutto di gestione delle regole. Regole stabilite in modo da coniugare nella maniera più equilibrata i fattori vitali del Centro Storico.

Iniziative auspicabili

Le direttive regionali si pongono l'obiettivo di disciplinare la migliore funzionalità e produttività del servizio di somministrazione di alimenti e bevande al pubblico.

Nella programmazione ad esso delegata, il Comune ha il compito di rendere tangibili e verificabili le condizioni per il soddisfacimento dei requisiti indicati dalle direttive.

E' importante quindi che ogni esercizio dimostri le modalità con cui intende gestire la propria attività di somministrazione e si impegni a garantire nel tempo le condizioni proposte. Ciò è importante, soprattutto nella zona del centro storico, per quanto riguarda tre punti:

- l'adeguatezza degli spazi in relazione al servizio offerto
- l'adeguamento alle norme sulla tutela dall'inquinamento acustico;

- la disciplina delle attività negli spazi esterni in relazione al decoro urbano e in particolar modo nelle aree di interesse ambientale, storico, archeologico, artistico e culturale

I possibili iniziali effetti negativi connessi alla liberalizzazione del servizio di somministrazione, sono individuabili nel rischio di un'alta mortalità delle attività.

Ad esso può a sua volta collegarsi un fenomeno sociale di disagio allorché le iniziative imprenditoriali non siano innestate in un buon profilo di consapevolezza e capacità professionale e soprattutto in cui il rischio di fallimento delle iniziative intraprese sia ponderato rispetto alle possibilità.

In relazione a ciò è bene che, oltre a sollecitare e incoraggiare iniziative di formazione professionale, sia richiesta, al momento dell'autorizzazione, una valutazione dell'impatto commerciale dell'attività rispetto all'ambito in cui si inserisce.

Infine, per quanto riguarda la regolamentazione degli orari di apertura è importante stabilire limiti che traggano orientamento dalle esperienze consolidate fino ad oggi e che tutelino, soprattutto nella città storica, la coesistenza tra le attività di somministrazione, il turismo e la residenza.

A queste iniziative di tipo procedurale, dovrebbero essere associate azioni costanti di valorizzazione delle zone esterne al centro storico, in modo da generare una sorta di percorso che conduca la fruizione delle relazioni sociali, intimamente connesse alla somministrazione, non solo attraverso la città antica, ma procedendo senza determinare l'assembramento presso punti privilegiati.

Diversamente a quanto si propone per le attività commerciali all'interno del Centro Storico, per i pubblici esercizi sarebbe auspicabile non derogare dai parametri igienico sanitari.

RIVENDITE DI QUOTIDIANI E PERIODICI

Il settore attraversa un momento di transizione, in attesa dell'emanazione della legge di riassetto del sistema di vendita dei prodotti editoriali - giornali e riviste; la Regione, dovrà in seguito emanare gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, come definiti dal D.Lgs n°170/01 in attuazione dell'art. 3 della legge 108/99.

Dalla fase di analisi è emerso un esubero del numero di rivendite esclusive in base ai parametri posti dalla normativa vigente, soprattutto nel centro e nella corona urbana, zona 1 e 2 della zonizzazione proposta ed allegata al Piano. Tali parametri in realtà potrebbero essere modificati in maniera incisiva dagli indirizzi regionali nel momento in cui verranno emanati, ma in questa fase di transizione si opererà nel rispetto della legge regionale n° 49/86 cercando di non vanificare le direttive della legge nazionale ovvero la legge 108/99 e il D.Lgs n°170/01.

Il presente strumento, secondo la legge 108/99, ha dunque l'obiettivo di definire un nuovo sistema di vendita dei prodotti editoriali sul territorio, articolato in punti di vendita esclusivi e punti di vendita non esclusivi, mediante il rilascio di autorizzazioni anche a carattere stagionale .

ATTIVITA' SU AREE PUBBLICHE

Il commercio su aree pubbliche è disciplinato dalla LR 5/2006 e dalla Deliberazione n. 53/15 del 20.12.2006 che, con riferimento al Capo II, artt. 14 - 18 della suddetta legge, definisce direttive e criteri attuativi (direttiva approvata definitivamente con DGR 15/15 del 19/04/2007)

Tra le definizioni dell'art. 14, nella legge regionale di disciplina delle attività commerciali, per commercio sulle aree pubbliche, si intende: *"l'attività di vendita di merci al dettaglio e la somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo o sulle aree private delle quali il comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte"*.

A norma dell'art. 15, comma 1, lett. a) e b) della LR 5/2006, il commercio su aree pubbliche può essere svolto secondo due modalità:

- a) su posteggi dati in concessione per dieci anni;
- b) su qualsiasi area, negli spazi appositamente definiti da ogni singolo comune, purché in forma itinerante e sui posteggi liberi.

Tra i compiti assegnati al comune, oltre alla suddetta definizione degli spazi per il commercio in forma itinerante, è indicato all'art. 15, comma 15 della LR 5/2006 l'impegno a stabilire l'ampiezza complessiva delle aree da destinare all'esercizio delle attività di commercio su aree pubbliche, le modalità di assegnazione dei posteggi, la loro superficie e i criteri di assegnazione delle aree riservate agli agricoltori che esercitano la vendita dei loro prodotti.

Per la predisposizione di questi atti i comuni dovranno seguire i criteri di attuazione allegati alla DGR n.15/15 del 19/04/2007.

Questa delibera, oltre a ribadire alcune definizioni, classifica le tipologie di mercati e stabilisce diversi parametri volti ad assicurare che gli insediamenti del commercio su aree pubbliche in sede fissa, o l'esercizio dell'attività in forma itinerante, siano integrati nel modo migliore possibile con altre forme distributive, e siano coerenti con un ordinato assetto urbano rispettando le esigenze di carattere igienico-sanitario.

E' utile qui evidenziare che la legge regionale e la delibera di attuazione, oltre a consentire al comune di determinare le tipologie merceologiche dei posteggi nei mercati e nelle fiere, pongono particolare attenzione all'incentivo della vendita di prodotti regionali e della filiera agricola stabilendo anche parametri volti a riservare spazi per tali tipologie di prodotti e di vendita.

Il piano ha l'obiettivo di razionalizzare ed organizzare l'attuale sistema di attività commerciali su aree pubbliche, con la ridefinizione degli ambiti di alcuni spazi pubblici già utilizzati per l'attività di commercio su aree pubbliche e l'individuazione di nuove aree da destinare a questa funzione traguardando l'obiettivo di ridurre l'abusivismo consistente di questo settore.

Il presente strumento, dunque, con l'insediamento e l'esercizio delle attività di commercio su aree pubbliche persegue le seguenti finalità:

1. una funzione di servizio, nell'interesse dei cittadini, svolta in modo integrato con le attività di commercio a posto fisso al fine di qualificare complessivamente, valorizzandola, l'offerta commerciale dell'intera città;
2. una funzione di valorizzazione e di promozione della città o di parti della stessa;
3. una funzione di promozione delle produzioni tipiche locali e, quindi, dello stesso territorio.

Il Piano e il Regolamento Comunale del commercio su aree pubbliche, per la razionalizzazione ed il miglioramento delle attività tengono conto:

1. del raggiungimento della migliore produttività del sistema e il miglioramento della qualità dei servizi da rendere al consumatore;
2. dei limiti ai quali sottoporre le attività commerciali in relazione al decoro, al rispetto dei luoghi, alla tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, all'arredo urbano;
3. delle necessità di valorizzazione delle aree della città maggiormente degradate o carenti di servizi e di esercizi commerciali in sede fissa, anche attraverso l'individuazione di raggruppamenti commerciali e/o mercati al servizio di strutture esistenti e/o di quartieri periferici;
4. della necessità di favorire, con l'individuazione di specifici raggruppamenti commerciali connessi all'offerta turistica, la specializzazione merceologica funzionale nonché la valorizzazione e distribuzione di prodotti e beni di produzione locale.

Il piano per le attività su aree su aree pubbliche individua dei siti in cui è possibile svolgere l'attività artistica e/o artigianale congiuntamente alla cessione dei prodotti elaborati. Questo evento esclusivamente stagionale verrà rinnovato ogni anno.

PROMOZIONE DELLE ATTIVITÀ LOCALI.

La Legge Regionale 5/2006 all'art. 36 stabilisce forme di incentivazione volte alla rivitalizzazione dei centri urbani, alla promozione e qualificazione dell'offerta e al miglioramento dell'accoglienza dell'utenza, attraverso la concessione ai centri commerciali naturali, nei limiti degli stanziamenti iscritti a bilancio, di contributi fino al

70 per cento delle spese ritenute ammissibili per la realizzazione di programmi annuali di promozione.

Ad oggi un primo bando è già stato disposto definendo al suo interno l'ammissibilità delle voci di spesa.

L'art.38 della LR 5/2006, stabilendo gli interventi a favore dei comuni, individua nei progetti di riqualificazione urbana sui siti in cui insistono centri commerciali naturali messi in atto con l'intesa dei titolari, una priorità di finanziamento.

Il programma di valorizzazione e promozione delle attività locali sarà adottato dall'amministrazione, sulla scorta delle consultazioni dei soggetti pubblici e privati interessati, le associazioni dei commercianti, le associazioni dei consumatori e le organizzazioni sindacali, già avvenute per la precedente stesura non essendo cambiati sostanzialmente gli obiettivi alla base del precedente documento.

Tale programma, prevede la realizzazione di opere infrastrutturali e di arredo urbano, l'attivazione o la modifica dei servizi urbani, l'attuazione di azioni di promozione, l'incentivazione della riqualificazione delle attività esistenti, nonché le forme di associazionismo.

La nascita di Centri Commerciali Naturali di seguito denominati CCN, come entità in grado di riunire i commercianti e gli altri attori coinvolti nella stessa zona, ha lo scopo di creare servizi comuni e migliori nell'area di estensione del Centro Commerciale, rendendo possibile l'accesso a finanziamenti per la realizzazione di tali servizi e sovrintendere al mantenimento dei risultati raggiunti.

L'attuazione delle iniziative a sostegno dei Centri Commerciali Naturali, avverrà attraverso un duplice processo:

1. l'individuazione della perimetrazione di alcuni centri in quelle che già attualmente si individuano come zone a vocazione commerciale e con la finalità di consolidare e migliorare il servizio;
2. l'individuazione di alcune regole per incentivare la proposizione di altri CCN da parte degli operatori commerciali e degli attori sociali;



2a PIANO COMMERCIALE

COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

PROGRAMMA DI URBANISTICA COMMERCIALE

ADEGUAMENTO NORMATIVA

Redattori:
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

Versione 3.1 - Agosto 2007

QUADRO NORMATIVO	3
DISPOSIZIONI PER LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA (GSV)	7
DISPOSIZIONI PER LE MEDIE STRUTTURE	11
CONCENTRAZIONI E ACCORPAMENTI	14
CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA.....	14
DOTAZIONE DI PARCHEGGI PERTINENZIALI	23
ALTRI CRITERI VINCOLANTI.....	26

QUADRO NORMATIVO

Il presente documento ha lo scopo di illustrare il quadro normativo riguardante le disposizioni regionali in materia di commercio in sede fissa così come si presenta al momento della revisione integrale della proposta di piano commerciale del comune di Alghero.

Dopo l'emanazione della Legge Regionale 18 maggio 2006, n°5 e le modifiche ad essa apportate dalla LR 6 dicembre 2006 n°17, il quadro normativo del settore urbanistico - commerciale in Sardegna, si presenta ancora in divenire.

Occorre ricordare che con la Deliberazione della Giunta Regionale 55/108 del 29.12.2000, la regione, nel dare attuazione in Sardegna al D.L.gs 114/98 (Decreto Bersani) mediante un provvedimento di Giunta regionale, ha programmato il settore commercio sotto il profilo squisitamente urbanistico.

Per completezza, si precisa che con D.G.R. 28 maggio 2003 n°15/35 era stata modificata la D.G.R. 55/108 del 2000 là dove non prevedeva la possibilità di ubicare medie strutture di vendita nelle zone classificate dagli strumenti urbanistici "D" e "G", di cui al D.A. n°2266/U del 20 dicembre 1983.

Successivamente ulteriori modifiche alla D.G.R. 55/108 sono state introdotte ad opera della D.G.R. n°4/1 del 6 febbraio 2004, in particolare, per quanto attiene le zone D e G, è specificata la necessità che la funzione commerciale sia espressamente prevista dagli strumenti urbanistici.

Tra gli altri obiettivi della recente Legge Regionale 5/2006 si pone particolare riguardo a:

- a) la trasparenza del mercato, la concorrenza, la libertà d'impresa e la libera circolazione delle merci;
- b) la tutela del consumatore;
- c) il pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie distributive e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle microimprese, delle piccole e medie imprese e delle loro iniziative associate;

- d) la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane, rurali e montane con particolare attenzione alle funzioni del commercio per la valorizzazione della qualità sociale delle città e dei territori;
- e) favorire l'associazionismo tra le micro, piccole e medie imprese;
- f) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che integrino e valorizzino la qualità delle città, dei piccoli comuni e la loro rivitalizzazione, la riqualificazione e il riuso di aree urbane, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, nonché evitare lo spopolamento dei piccoli comuni e mantenere un'offerta adeguata;
- g) favorire la nascita di centri commerciali naturali, intesi come insieme di attività commerciali, artigianali e di servizi, di cui all'articolo 36 della stessa LR 5/2006, che svolgono attività integrate secondo un indirizzo comune e sono individuati giuridicamente nelle forme del consorzio o dell'associazione; tenuto conto che possono aderire alla formazione dei centri commerciali naturali il comune, gli enti pubblici e privati e le associazioni di categoria; il centro commerciale naturale ha la finalità di valorizzare e riqualificare il commercio nelle aree urbane in armonia con il contesto culturale, sociale, architettonico, con particolare riferimento al rilancio economico-sociale dei centri storici;

Nell'enunciazione della legge si individuano i principi posti alla base dei criteri regionali di urbanistica commerciale che la regione dovrà emanare. I criteri sono attualmente e in via transitoria, individuati nella D.G.R. 55/108 del 2000 per quanto non contrastanti con la LR 5/2006, mentre i suddetti principi su cui basare i futuri criteri, sono individuati nella legge regionale di disciplina del commercio del 2006 come segue:

- a) favorire un equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, nel rispetto dei principi di cui all'articolo 1 della LR 5/2006;
- b) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva dei centri urbani, nelle zone interne, rurali e montane, con particolare riguardo ai centri minori;
- c) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni, che integrino e valorizzino la qualità dei comuni, la rivitalizzazione dei

- centri urbani, la riqualificazione ed il riuso di aree urbane sottoutilizzate, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, anche attraverso l'integrazione fra attività commerciali, artigianali, pubblici esercizi e attività ricreative;
- d) favorire lo sviluppo del commercio nelle aree di valore storico, archeologico, ambientale e turistico;
 - e) individuare linee generali per favorire lo sviluppo dei centri commerciali naturali;
 - f) promuovere progetti di riqualificazione commerciale di aree urbane colpite da processi di spopolamento.

Nell'attesa di emanazione dei criteri di urbanistica commerciale restano quindi applicabili, per le parti non contrastanti con la LR 5/2006, sia il Dlgs. 114/98, che le disposizioni di cui alla DRG 55/108 del 2000, entrambi come fino ad oggi aggiornati e modificati.

In particolare, l'abaco delle compatibilità di cui alla succitata deliberazione 55/108 si applica per la parte non contrastante con la LR 5/2006.

Per quanto riguarda le Grandi Strutture di Vendita (GSV), la Giunta Regionale, ha approvato preliminarmente con Deliberazione n°21/52 del 29.5.2007, il Piano per le Grandi Strutture di Vendita predisposto ai sensi della L.R. 25.2.2005, n°5 *"disposizioni urgenti in materia di commercio"* e della legge regionale 18.5.2006 n°5. Il suddetto Piano per le Grandi Strutture di Vendita dovrà quindi essere sottoposto a confronto con le parti sociali e con il Consiglio delle Autonomie Locali, acquisire il parere della competente Commissione consiliare e quindi, dopo le valutazioni delle osservazioni, essere definitivamente approvato .

Gli obiettivi della programmazione in esso contenuta sono:

- a. favorire un equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive,;
- b. promuovere progetti di riqualificazione commerciale di aree urbane colpite da processi di spopolamento.
- c. perseguire un equilibrio territoriale di area vasta non solo a livello provinciale, ma valutando le dotazioni in poli demografici di medie dimensioni;
- d. favorire la trasformazione e l'aggregazione degli esercizi esistenti in strutture di rango superiore con adeguata dotazione infrastrutturale e maggiore capacità di servizio;

- e. integrare le tipologie di insediamento non presenti dando priorità alle aree territoriali che presentano deficit di servizio.

Il documento si orienta su scenari di sviluppo di medio periodo (5-10 anni) delineando tre tipologie di intervento per l'autorizzazione di nuove strutture di vendita, ovvero:

- a. strutture a livello regionale
- b. strutture di livello provinciale
- c. strutture di livello locale.

Le disponibilità di superficie di livello regionale è di 20.000 mq.. Per il livello provinciale e locale le superfici disponibili sono esplicitate per ogni provincia.

Per la provincia di Sassari non esistono superfici disponibili per il livello provinciale, né alimentari che non alimentari, mentre esiste la disponibilità di 2.560 mq. di SV per una struttura a livello locale, non alimentare, da localizzare al di fuori del capoluogo.

Le strutture di rilevanza regionale devono essere previste da accordi fra regione, comune e soggetto privato attuatore. Tali accordi devono definire la rilevanza pubblica dell'iniziativa.

Al fine di favorire la concorrenza tra le diverse proposte, le domande di autorizzazione per nuove GSV saranno oggetto di bando pubblico.

Per quanto riguarda ampliamenti e trasformazioni di strutture esistenti, oltre a subordinare ai requisiti delle normative esistenti e all'idoneità urbanistica dell'area, vengono forniti parametri percentuali diversi a seconda delle condizioni e comunque privilegiando la presenza di un'aliquota destinata a esercizi di vicinato.

DISPOSIZIONI PER LE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA (GSV)

Le Grandi Strutture di Vendita sono definite dal comma 5, art. 4 della legge regionale n° 5 del 2006.

Per il Comune di Alghero, sono le strutture commerciali con superficie di vendita superiore ai 1.800 mq..

Come anzidetto, la Giunta Regionale ha approvato preliminarmente con Deliberazione n°21/52 del 29.5.2007, il Piano per le Grandi Strutture di Vendita predisposto ai sensi della L.R. n. 5 del 25 febbraio 2005, "*disposizioni urgenti in materia di commercio*" e della legge regionale 18.5.2006 n°5

Oggetto della normativa del piano sono i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento, la trasformazione e l'ampliamento delle grandi strutture di vendita, sulla base di quanto previsto dalla suddetta legge regionale n. 5/2006 agli artt. 8 e 10 e dalla legge regionale 25 febbraio 2005, n.5, all'art.1.

La programmazione regionale delle GSV ha validità di cinque anni dall'entrata in vigore e comunque, fino all'approvazione del provvedimento successivo, il quale a sua volta, deve essere predisposto 120 giorni prima della scadenza di quello in vigore.

Nel documento, attualmente allo stato di bozza, a fronte di uno studio articolato a livello dell'intero ambito regionale e volto a definire scenari di sviluppo di medio periodo (5-10 anni) , sono state delineate tre tipologie di intervento per l'autorizzazione di nuove strutture di vendita, ovvero:

- d. strutture a livello regionale
- e. strutture di livello provinciale
- f. strutture di livello locale.

Per quanto riguarda le strutture di livello regionale viene riportata la disponibilità di una sola struttura nel settore non alimentare con superficie massima di 20.000 mq., autorizzabile su tutto il territorio regionale.

Le strutture di rilevanza regionale devono essere previste da accordi fra regione, comune e soggetto privato attuatore. Tali accordi devono definire la rilevanza pubblica dell'iniziativa che può essere costituita dalla previsione di soluzioni

progettuali e realizzative in grado di integrare le diverse funzioni: commerciali e para commerciali (pubblici esercizi e artigianato di servizio), direzionali, ludiche e servizi di pubblica utilità alla città e al territorio, oppure da caratteristiche di particolare innovatività e interesse della formula distributiva per il territorio regionale, in relazione alla proposta assortimentale, alle tecniche di vendita e alle politiche di prezzo. Gli accordi dovranno prevedere inoltre un programma di monitoraggio degli effetti della struttura ed eventuali misure di compensazione di effetti negativi.

Le disponibilità di superficie per il livello provinciale e locale sono invece esplicitate per provincia.

Per la provincia di Sassari non esistono superfici disponibili per il livello provinciale, né alimentari né non alimentari, mentre esiste la disponibilità di 2.560 mq. di SV per una struttura a livello locale, non alimentare, da localizzare al di fuori del capoluogo, preferibilmente integrando strutture esistenti fino a 3.000 mq..

Al fine di favorire la concorrenza tra le diverse proposte, le domande di autorizzazione per nuove GSV saranno oggetto di bando pubblico.

Per quanto riguarda ampliamenti e trasformazioni di strutture esistenti, oltre a subordinare gli interventi ai requisiti delle normative esistenti (in particolare parcheggi) e all'idoneità urbanistica dell'area, vengono forniti i seguenti parametri:

- strutture regolarmente autorizzate ed in possesso dei requisiti di legge
 - a. ampliamenti di gallerie commerciali di centri commerciali, fino al 15% della superficie complessiva originariamente autorizzata, se si prevede l'insediamento di soli esercizi di vicinato;
 - b. ampliamenti di gallerie commerciali nell'ambito del 10% della superficie complessiva autorizzata se riguardanti anche medie strutture di vendita.

- centri commerciali autorizzati:
è sempre consentita la trasformazione tra le diverse classi dimensionali, quali vicinato e medie strutture, entro il 20% della superficie originariamente autorizzata. E' altresì consentita la trasformazione di superficie di vendita autorizzata per grandi strutture in superficie di vendita destinata a medie strutture o esercizi di vicinato. Tali modifiche sono oggetto di comunicazione al comune e alla regione.

- L'ampliamento di una grande struttura del settore alimentare è consentito fino al 30% della superficie autorizzata da almeno tre anni entro il limite massimo di 2.500 mq. di superficie di vendita
- L'ampliamento delle grandi strutture di vendita all'interno di un centro commerciale, è consentito solo a condizione che, a seguito dell'ampliamento, la superficie destinata a esercizi di vicinato non risulti inferiore al 25% della superficie complessiva.

Ai comuni è demandata, attraverso il proprio programma di urbanistica commerciale, l'individuazione delle aree potenzialmente idonee per l'insediamento di grandi strutture di vendita all'interno dei propri strumenti urbanistici (PUC), valutando:

- a) la congruità delle dimensioni delle aree rispetto alla superficie urbanizzata del comune;
- b) la congruità in relazione alle condizioni di compatibilità ambientale e alla situazione trasportistica (attualmente previste al punto 5.4 della deliberazione della Giunta regionale n. 55/108 del 29 dicembre 2000).

L'insediamento di grandi strutture di vendita è consentito solo in aree idonee sotto il profilo urbanistico e oggetto di piani urbanistici attuativi anche al fine di prevedere le opere di mitigazione ambientale, di miglioramento dell'accessibilità e/o di riduzione dell'impatto socio economico, ritenute necessarie.

Devono altresì essere individuate con i medesimi criteri, in quanto aree potenzialmente oggetto di insediamenti commerciali attrattivi e di grandi strutture di vendita, le aree prevalentemente destinate al commercio con superficie territoriale superiore a 1,5 ettari.

La legge regionale 5/2006, al comma 5 dell'art.4, pone in capo ai comuni l'autorizzazione per l'apertura, la variazione del settore merceologico, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie di vendita delle GSV, da rilasciarsi sulla base del rispetto dei criteri urbanistico-commerciali di cui agli articoli 8 e 10 della stessa LR 5/2006 e previo parere favorevole di una conferenza di servizi composta da tre membri, rappresentanti rispettivamente la regione, la provincia e il comune. Le deliberazioni della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti; il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione.

L'istanza per l'apertura di una GSV e le modalità di svolgimento e convocazione della conferenza, sono disciplinati dallo stesso art. 5 della legge regionale di disciplina delle attività commerciali n. 5 del 2006.

Nelle more della redazione del Piano Urbanistico Comunale e nel rilievo della disponibilità di superfici per l'apertura di strutture di rilevanza regionale per il settore non alimentare si suggerisce di individuare almeno un'area strategicamente posizionata in prossimità delle grandi vie di comunicazione al fine di consentire l'eventuale localizzazione di GSV, previi eventuali accordi fra regione, comune e soggetto privato attuatore che evidenzino la rilevanza pubblica dell'iniziativa.

Si ricorda che tale rilevanza può essere costituita dalla previsione di soluzioni progettuali e realizzative in grado di integrare le diverse funzioni: commerciali e para commerciali (pubblici esercizi e artigianato di servizio), direzionali, ludiche e servizi di pubblica utilità alla città e al territorio, oppure da caratteristiche di particolare innovatività e interesse della formula distributiva per il territorio regionale, in relazione alla proposta assortimentale, alle tecniche di vendita e alle politiche di prezzo.

Ad oggi non è definita una zona con tali caratteristiche.

Si potrebbe suggerire l'individuazione di una zona commerciale D in prossimità dell'aeroporto e della zona industriale S. Marco. Posizione che risulta appunto sufficientemente lontana dal centro, così da non indurre fenomeni di attrazione artificiale e ben servita dal sistema di collegamenti in modo da porla in relazione con una realtà comprensoriale.

DISPOSIZIONI PER LE MEDIE STRUTTURE

Le Medie Strutture di Vendita sono definite dal comma 3, art. 4 della legge regionale n° 5 del 2006.

Per il Comune di Alghero sono le strutture commerciali con superficie di vendita superiore ai 250 mq. fino a 1.800 mq..

Le disposizioni regionali subordinano l'apertura, la variazione del settore merceologico, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie, ad autorizzazione comunale nel rispetto dei criteri urbanistico-commerciali di cui all'art. 8 della LR 5/2006.

Il succitato art.8 elenca i principi a cui dovranno conformarsi i criteri che la Regione dovrà emanare rinviando ad un provvedimento successivo, non ancora emanato. Nel frattempo il rinvio alla disciplina transitoria di cui all'art. 19 della legge regionale di disciplina delle attività commerciali rende ancora operative, per quanto non contrastanti con la legge di cui sopra, le disposizioni del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 e della DGR n. 55/108 del 29 dicembre 2000 e s.m.i..

In particolare l'abaco delle compatibilità di cui alla deliberazione della Giunta regionale è ancora applicabile con il solo aggiornamento della definizione dimensionale limite tra MSV e GSV, attualmente indicata, per i comuni con più di 10.000 abitanti come Alghero, in 1.800 mq..

E' bene ricordare che, fino all'emanazione dei nuovi criteri regionali, l'abaco prevale in caso di contrasto con la programmazione urbanistico-commerciale comunale.

Occorre precisare inoltre che per il disposto del comma 4 art.4 della LR 5/2006, come integrato dalla LR 17/2006, la superficie di vendita che ha oggetto esclusivamente la vendita di merci ingombranti, non immediatamente amovibili ed a consegna differita (mobili, concessionarie auto, nautica, legnami, materiali edili e similari), è computata nella misura di:

- un ottavo della superficie lorda parcabile, quando questa non sia superiore ai 2.500 mq., per gli esercizi di vicinato di cui al comma 2, art. 4 della LR 5/2006;

- un terzo della superficie lorda parcabile e comunque non superiore a 6.000 mq., quando questa sia superiore ai limiti di cui sopra, nel caso di MSV di cui al comma 3, art. 4 della LR 5/2006;

Anche per quanto riguarda la dotazione di parcheggi pertinenziali si assumono gli standard minimi della deliberazione 55/108 definiti in maniera differenziata per settore merceologico, superficie di vendita e zona di insediamento. Anche per questi si assume la validità e, in caso di contrasto, la prevalenza sulla programmazione comunale.

MSV non alimentari

Le indicazioni regionali assecondano la peculiarità dell'offerta non alimentare cogliendone la caratterizzazione estremamente disomogenea sotto il profilo dei prodotti commercializzati. Questo aspetto rende quindi non giustificabili valutazioni basate su considerazioni di equilibrio tra dimensione della domanda e dell'offerta.

Condividendo questa impostazione e ritenendo che la programmazione del settore afferisce a scelte di natura urbanistico-territoriale, si propende per una sostanziale liberalizzazione delle MSV non alimentari nel rispetto dei criteri individuati dalla normativa regionale.

I criteri comunali proposti dal piano commerciale di Alghero per le MSV non alimentari sono conseguentemente allineati con questa indicazione.

MSV alimentari

Per le MSV alimentari il piano prevede, a titolo puramente indicativo, una dimensione limite ottimale, posta a 1.000 mq. di SV e riguardante le zone B dello strumento urbanistico generale.

Si ritiene che questa indicazione suggerita per le nuove MSV alimentari, sia legittimata dalla ratio sottesa ai criteri e al modello di rete, come si evince dal disposto della D.G.R. 55/108, evidenziato al punto 5.3.1.1. del testo, che recita:

" l' interesse del cittadino in quanto consumatore, si sostanzia, infatti, nell' avere a disposizione un' offerta commerciale differenziata; ad esempio nel comparto alimentare

- *il piccolo esercizio commerciale vicino alla propria abitazione, ovvero di tipo specializzato in cui trovare un servizio personalizzato e prodotto particolari;*
- *il supermercato di quartiere, grazie al quale razionalizzare il modo di effettuare la spesa quotidiana o temporalmente ravvicinata;*
- *il discount, particolarmente conveniente quanto a politica di prezzo;*
- *l'ipermercato, il cui mix di offerta e la cui competitiva politica dei prezzi meritano l'effettuazione di uno spostamento in automobile a volte di non trascurabile durata."*

Ad Alghero, nelle zone B, la destinazione commerciale alimentare gravita attorno ad una dimensione ricorrente che si pone a cavallo dei 250 mq. di superficie di vendita, definendo sostanzialmente un esercizio di vicinato che non gode delle economie di scala della MSV.

Ciò ha probabilmente favorito il decentramento e contribuito ad impoverire i quartieri residenziali più popolosi di quegli esercizi di vicinato che propriamente corrispondono al modello sopradescritto e che quindi si configurino come servizio prossimo all'abitazione o comunque, specializzato.

Contemporaneamente le zone B non hanno visto l'insediamento di esercizi che avessero le citate peculiarità proprie della MSV, ovvero che funzionino come supermercato di quartiere.

Ritenendo utile, in queste zone, un riequilibrio tra domanda ed offerta nel settore alimentare e traguardando al modello sopra citato che localmente si sviluppa attraverso gli EV e i suddetti *supermercati di quartiere*, si è ritenuto corretto che

questi ultimi per essere veramente tali, non superino i 1.000 mq. per singolo esercizio.

L'indicazione dei 1.000 mq. quale consistenza limite ottimale della SV, pone le MSV alimentari, localizzate nelle zone B, in condizione tale da non agire quale grande attrattore di mobilità veicolare.

Questo aspetto assume particolare importanza proprio nelle zone B, dove il tessuto urbano è già consolidato e può difficilmente subire modifiche radicali, quindi, anche se ad Alghero l'impianto viario è notevolmente razionalizzabile, è comunque consigliabile limitare l'impatto delle strutture che, come le alimentari, maggiormente generano flussi di spostamento.

CONCENTRAZIONI E ACCORPAMENTI

La D.G.R. 55/108 definisce le disposizioni sulle concentrazioni e gli accorpamenti superando le delibere (34/10 del 29/7/1999 e 44/27 del 2/11/2000) precedentemente emanate che devono ritenersi pertanto superate e abrogate.

Le disposizioni regionali sulle concentrazioni e sugli accorpamenti vengono indicate come atto dovuto.

Restano comunque vigenti, per le concentrazioni e gli accorpamenti, i limiti dimensionali e le prescrizioni riguardanti il rispetto degli standard.

CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA

I criteri regionali per l'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali sono differenziati sulla base di:

- *settore merceologico* (alimentare o non alimentare);
- *tipologia di struttura commerciale* (Esercizio Singolo o Centro Commerciale);
- *superficie di vendita della struttura commerciale*;
- *dimensione demografica del Comune* (Comuni con meno di 10.000 abitanti o Comuni con più di 10.000 abitanti);
- *zonizzazione prevista negli strumenti urbanistici vigenti* (zone omogenee di cui al D.A. del 20 dicembre 1983 n°2266/U)

I criteri regionali di programmazione urbanistica che riguardano Alghero rientrano tra quelli per comuni con più di 10.000 abitanti su cui occorre effettuare una ponderazione riguardo alla definizione di GSV introdotta dalla LR 5/2006, ovvero le strutture di vendita con superficie superiore ai 1.800 mq., anziché i 2.500 precedentemente previsti con riferimento alla definizione del Dlgs. 114/1998.

Occorre precisare inoltre che per il disposto del comma 4 art.4 della LR 5/2006, come integrato dalla LR 17/2006, la superficie di vendita che ha oggetto esclusivamente la vendita di merci ingombranti, non immediatamente amovibili ed a consegna differita (mobili, concessionarie auto, nautica, legnami, materiali edili e similari), è computata nella misura di:

- un ottavo della superficie lorda parcabile, quando questa non sia superiore ai 2.500 mq., per gli esercizi di vicinato di cui al comma 2, art. 4 della LR 5/2006;
- un terzo della superficie lorda parcabile e comunque non superiore a 6.000 mq., quando questa sia superiore ai limiti di cui sopra, nel caso di MSV di cui al comma 3, art. 4 della LR 5/2006;

Di seguito è riportato il relativo abaco delle compatibilità diviso per zone omogenee e seguito da alcuni commenti.

Zone A	Esercizi singoli esclusivamente Alimentari	
	SV ≤ 100 mq.	Ammissibili
	SV > 100 mq.	Non Ammissibili (vincolante)
	Esercizi singoli Misti (Alimentari - Non Alimentari)	
	SV ≤ 250 mq.	Ammissibili
	SV > 250 mq.	Non Ammissibili (vincolante)
	Esercizi singoli esclusivamente Non Alimentari o Centri commerciali Non alimentari.	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili con specifiche limitazioni riferite alle Medie Strutture di Vendita -- se realizzati in immobili di pregio, costituiti esclusivamente per concentrazione, trasferimento o ampliamento di esercizi già esistenti, e al cui interno possono coesistere strutture alimentari con superfici di vendita inferiori ai 100 mq., dove la superficie di vendita alimentare complessiva non può essere superiore al 20% della superficie di vendita globale – (1) (indirizzo)
	SV > 1.800 mq.	Non Ammissibili (vincolante)

(1)- vedi pagg. 17,37 e 39 delle disposizioni regionali pubblicate nel Supplemento straordinario n. 2 al B.U.R.A.S. n.6 del 19 febbraio 2001

Per le sole zone A la limitazione per gli esercizi esclusivamente alimentari è precisa (fino a un massimo di 100 mq.di SV) e le norme di Alghero la recepiscono in quanto vincolante.

I 100 mq sono comunque superabili fino a 250 mq. con il despecializzato (misto prevalentemente alimentare).

Il carattere di indirizzo delle limitazioni riferite all'obbligo di realizzare le MSV esclusivamente non alimentari in immobili di pregio e la possibilità di realizzare le

MSV esclusivamente non alimentari unicamente mediante trasferimenti , concentrazioni o ampliamenti, mirano a facilitare la formazione di centri commerciali naturali non alimentari costituiti mediante l'associazione degli esercizi di vendita esistenti nella via o nelle immediate vicinanze.

Assume un preciso significato considerare vincolanti anche questi criteri in quanto essi condizionano indubbiamente il raggiungimento degli obiettivi suesposti.

Nelle norme di Alghero viene introdotta l'indicazione dei 1.000 mq. quale consistenza limite ottimale della SV per l'esercizio singolo non alimentare riferito alle zone "A"; è bene ricordare che ciò ha valore puramente indicativo in quanto, ammissibile dalle norme regionali, sino a 1.800 mq..

Zone B	Alimentari e non alimentari (esercizi singoli o centri commerciali)	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili (vincolante)

Nelle norme di Alghero viene introdotta la già citata indicazione dei 1.000 mq. quale consistenza limite ottimale della SV per gli esercizi alimentari ricadenti nelle zone "B". Di conseguenza per Alghero i criteri regionali sono recepiti secondo il seguente schema:

Zone A	Esercizi singoli esclusivamente Alimentari	
	SV ≤ 100 mq.	Ammissibili
	SV > 100 mq.	Non Ammissibili
	Esercizi singoli Misti (Alimentari - Non Alimentari)	
	SV ≤ 250 mq.	Ammissibili
	SV > 250 mq.	Non Ammissibili

Zone A	Esercizi singoli esclusivamente Non Alimentari	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili Ottimale SV ≤ 1.000 mq.
	SV > 1.800 mq.	Non Ammissibili
	Centri commerciali Non alimentari	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili -- se realizzati in immobili di pregio, costituiti esclusivamente per concentrazione, trasferimento o ampliamento di esercizi già esistenti, e al cui interno possono coesistere strutture alimentari con superfici di vendita inferiori ai 100 mq., dove la superficie di vendita alimentare complessiva non può essere superiore al 20% della superficie di vendita globale –
	SV > 1.800 mq.	Non Ammissibili

Zone B	Esercizi esclusivamente o prevalentemente alimentari (SV alimentare > del 50% della SV globale)	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili Ottimale SV ≤ 1.000 mq.
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili
	Esercizi singoli o centri commerciali esclusivamente o prevalentemente Non alimentari (SV alimentare ≤ al 20% della SV globale)	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili

Le disposizioni regionali relative alle altre zone omogenee, ovvero "C", "F", "D" e "G", sono integralmente recepite nella normativa di Alghero.

Nel riportare le suddette disposizioni occorre precisare che per la loro applicazione si è reso necessario stabilire una corrispondenza tra le definizioni delle zone omogenee riferite al D.A. del 20 dicembre 1983 n°2266/U, a cui si riferisce la D.G.R. 55/108 del 2000, e quelle del PRG vigente, approvato nel lontano 1984, il quale, nella sua redazione, fa riferimento a norme previgenti al D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U (in gran parte al D.P.G.R. n. 9743-271 dell'1 agosto 1977).

Di seguito si riporta lo schema di corrispondenza adottato per le definizioni delle zone omogenee tra PRG e D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U, successivamente sono riportate, sotto forma di abaco delle compatibilità, le disposizioni regionali per le zone "C", "F", "D" e "G" come definite dal D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U.

schema di corrispondenza adottato per le definizioni delle zone omogenee tra PRG e D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U

Zone omogenee D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U	Zone omogenee P.R.G. vigente
ZONE "A" Centro storico-artistico o di particolare pregio ambientale	ZONE "A" Centro storico
ZONE "B" Completamento residenziale	ZONE "B" Completamento residenziale
ZONE "C" Espansione residenziale	ZONE "C" Espansione residenziale
ZONE "D" Industriali, artigianali e commerciali	ZONE "D" Interesse industriale e artigianale
ZONE "F" Turistiche	ZONE "F" Insediamenti turistici e attrezzature ricettive
ZONE "G" Servizi generali	ZONE "G" Verde escluso G ₃ per quanto riguarda la fascia di rispetto cimiteriale (che rientrerebbe nella definizione di zona H del D.A. n°2266/U del 1983)
	ZONE "S"

Tabella delle disposizioni regionali relative alle zone omogenee "C", "F", "D" e "G"

Zone C ed F	Esercizi singoli alimentari ed esercizi singoli non alimentari	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili (vincolante)
	Centri commerciali esclusivamente o prevalentemente alimentari	
	SV ≤ 5.000 mq. (solo con SV ≤ 1.800 mq. ammissibile senza procedura di cui all'art.4 LR 5/2006 che prevede conferenza di servizi tra regione, provincia e comune)	Ammissibili * -- con presenza di un supermercato con SV non maggiore del 60% della totale SV e con la restante SV destinata soltanto ad Esercizi di Vicinato in galleria -- (vincolante)
	SV > 5.000 mq.	Non ammissibili
	Centri commerciali esclusivamente o prevalentemente non alimentari (SV alimentare ≤ al 20% della SV globale)	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili

(*) Le dimensioni riferite alle diverse tipologie, dove appaiono contraddistinte da un asterisco, debbono verificare la loro reale ammissibilità rispetto alle disponibilità di superficie disposte dal Piano per le grandi strutture di cui alla LR 25.2.2005, n°5.

Zone D e G qualora la funzione commerciale sia espressame	Esercizi singoli e centri commerciali prevalentemente o esclusivamente non alimentari (SV alimentare ≤ al 20% della SV globale e comunque al massimo pari a 500 mq.)	
	Ammissibili	
	Esercizi singoli e centri commerciali prevalentemente o esclusivamente alimentari (SV alimentare > al 50% della SV globale)	
	250 mq. < SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili

nte prevista nelle norme di attuazione dello strumento urbanistico generale ed entro i limiti di cui ai piani particolareg giati e/o di lottizzazione	Esercizi singoli prevalentemente o esclusivamente alimentari (SV alimentare > al 50% della SV globale)	
	1.800 mq. < SV ≤ 7.000 mq.	Ammissibili *
	SV > 7.000 mq.	Non ammissibili
	Centri commerciali esclusivamente o prevalentemente alimentari (SV alimentare > al 50% della SV globale)	
	5.000 mq. ≤ SV ≤ 10.000 mq.	Ammissibili * -- con presenza di un super/ipermercato con SV almeno pari al 70% della SV complessivamente autorizzata --
	SV > 10.000 mq.	Non ammissibili

(*) Le dimensioni riferite alle diverse tipologie, dove appaiono contraddistinte da un asterisco, debbono verificare la loro reale ammissibilità rispetto alle disponibilità di superficie disposte dal Piano per le grandi strutture di cui alla LR 25.2.2005, n°5.

A completamento dell'adeguamento alle disposizioni regionali è stata verificata, per le singole suddivisioni delle zone urbanistiche omogenee, la congruenza della destinazione commerciale con gli indirizzi normativi previsti dal PRG per le singole zone.

Si ricorda che come recita il punto 1 della D.G.R. 55/108 del 2000 (pag.17):
“...Qualora il P.U.C. non sia stato adeguato alle presenti norme, in caso di contrasto prevalgono le norme del presente provvedimento.”

Il concetto è ribadito al punto 5.3.1.1 della suddetta D.G.R. 55/108 (pag. 36) dove si prescrive che: “...La parte prevalente dei criteri definiti dall’abaco delle compatibilità ha carattere vincolante essi devono essere integralmente recepiti dagli Strumenti Urbanistici Comunali.”

Gli indirizzi a carattere non vincolante possono essere, sulla base di adeguate motivazioni, modificati ovvero disattesi dagli Strumenti Urbanistici Comunali (o di Variante). Tali modifiche devono essere comunque conformi alla ratio sottesa ai

criteri; tale ratio si evince dalla qualificazione del modello di rete che si pone alla base della definizione dei criteri.

Anche i criteri non vincolanti assumono comunque carattere vincolante sino a quando non disponga diversamente lo Strumento Urbanistico.”

L'unica condizione di subordinazione della normativa urbanistica commerciale contenuta nella D.G.R. 55/108 del 2000, allo Strumento Urbanistico Comunale (che conferma il principio generale di prevalenza dei criteri urbanistici-commerciali regionali sullo S.U.C.), si riscontra nella Deliberazione della Giunta Regionale 6 febbraio 2004, n.4/1 dove integrando il punto 5.3.1.1 della D.G.R. 55/108 del 29.12.2000 si aggiunge, ai criteri prescritti per le zone “D” e “G”, la condizione che: “...la funzione commerciale sia espressamente prevista nelle norme di attuazione dello strumento urbanistico generale ed entro i limiti di cui ai piani particolareggiati e/o di lottizzazione.”

Per massima semplificazione la tabella sottoriportata riporta le zone e sottozone urbanistiche dove è ammessa, dalle norme di attuazione del P.R.G. vigente, la destinazione commerciale.

Zone urbanistiche omogenee del P.R.G. nelle quali è ammessa la destinazione commerciale

Zone	Caratteristiche
A	
B	
C	
D ₂	artigianale urbana
F ₁	Piano Particolareggiato o Lottizzazione Convenzionata servizi pubblici

F ₂	Piano Particolareggiato o Lottizzazione Convenzionata servizi pubblici
F ₃	Piano Particolareggiato o Lottizzazione Convenzionata servizi pubblici
F ₄	Piano Particolareggiato o Lottizzazione Convenzionata servizi pubblici

DOTAZIONE DI PARCHEGGI PERTINENZIALI

E' il punto della normativa regionale dotato di maggiore incisività. Ad esso viene dedicato ampio spazio soprattutto per quanto riguarda la descrizione del calcolo dei valori minimi di dotazione, differenziati per:

- *settore merceologico* alimentari, non alimentari e miste;
 - *superficie di vendita* della struttura
 - *zona di insediamento*, come definita ai sensi del D.A.n.2266/U del 20/12/1983;
- per ciascuna combinazione tra settore merceologico, superficie di vendita e zona di insediamento sono definiti due distinti valori di soglia riferiti a:

PA = n° di stalli di parcheggio riservati alla clientela;

SP = superficie di parcheggio (area destinata al parcheggio, comprensiva della viabilità interna al parcheggio e delle zone di manovra);

questi valori sono tra di loro correlati dalla relazione in cui si assume $1PA = 25 \text{ mq di SP}$.

Al rispetto dei valori di minima dotazione (standard) di parcheggi è subordinato il rilascio dell'autorizzazione per :

- *apertura, trasferimento e ampliamento* di una struttura di vendita (anche nei casi di autorizzazioni dovute di cui al punto 4 della D.G.R. 55/108 del 2000);

- *modifica del settore merceologico* (alimentare, non alimentare e/o del mix tra i due).

La superficie di vendita assunta a riferimento per la verifica degli standard è quella totale della struttura di vendita ottenuta sommando le superfici di vendita dei diversi esercizi.

La dotazione di parcheggi riferiti alle zone B può, secondo la normativa regionale, essere oggetto di riduzione da parte dell'Amministrazione Comunale.

Nella proposta di Piano Commerciale del Comune di Alghero si è ritenuto corretto allinearsi agli indirizzi regionali per le zone B inquadrando queste zone nel medio livello di dipendenza dell'attività di acquisto dall'automobile.

Anche se la struttura commerciale qui, ed in generale della città, risente di una notevole dispersione delle attività sul territorio a cui è inevitabilmente connessa una sensibile dipendenza dall'auto, si è ritenuto di evitare l'inquadramento nel livello di alta dipendenza dall'auto in quanto, come si è detto, i motivi di spostamento sono dovuti ad una carenza strutturale del sistema distributivo. Si è preferito quindi, agire sul miglioramento strutturale, piuttosto che assecondare l'attuale assetto richiedendo parametri irraggiungibili; condizione quest'ultima, che agirebbe in direzione opposta al suddetto miglioramento strutturale auspicato e che porterebbe a ridurre le occasioni di introdurre le MSV e con esse un livello di distribuzione maggiormente efficiente, dove esso è carente.

Pur auspicando che il presente piano e più in generale il nuovo quadro normativo, agiscano nella direzione di un miglioramento dell'assetto generale riuscendo a definire un numero adeguato di centri commerciali distribuiti equilibratamente nella città, resta comunque evidente il dato oggettivo della carenza di parcheggi all'interno delle zone B.

La disponibilità attuale di posti auto asseconda l'assetto residenziale non consentendo però di assorbire i picchi di richiesta che si verificano in corrispondenza delle strutture commerciali, soprattutto alimentari, che per dimensione si avvicinano al limite tra l'esercizio di vicinato e la MSV. In questi casi si è rilevato frequentemente l'ingenerarsi di condizioni di crisi del traffico a loro volta determinate dalle auto in attesa di parcheggio.

Alla luce di queste osservazioni si è ritenuto importante assicurare che si formi un patrimonio di edilizia per il commercio con dotazione di standard sufficiente.

E' necessario ricordare a questo proposito che con la già citata Deliberazione di Giunta Regionale n. 4/1 del 6 febbraio 2004 si è fornita un'interpretazione autentica in merito ai parcheggi obbligatori in caso di ampliamento di medie strutture di vendita. La citata deliberazione in riferimento ai suddetti ampliamenti recita: "... in tali casi i parametri di spazi pertinenziali e parcheggi obbligatori si applicano soltanto per la superficie incrementata".

In base a ciò si ritiene quindi lecito eseguire il calcolo sull'intera struttura di vendita ipotizzando che gli standard dovuti alla dimensione originaria fossero idealmente soddisfatti. Conseguentemente si procederà al calcolo degli standard connessi all'intera struttura incrementata, ad essi si sottrarranno poi quelli dovuti per la struttura originaria determinando così la quantità da reperire a seguito dell'ampliamento.

E' da osservare che il punto 5.3.2 della D.G.R. 55/108 del 2000 specifica che gli standard definiti dal calcolo descritto nei punti 5.3.2.1 e 5.3.2.2, sono da considerarsi incrementali alla dotazione di spazi pubblici richiesta dal D.A. n.2266/U del 20/12/1983. Essi hanno valore di indirizzo e possono essere modificati, sulla base di idonee motivazioni, dal Comune in sede di Strumento Urbanistico Generale o di sua variante.

Pur nella consapevolezza che il reperimento e il costo dei parcheggi pertinenziali richiesti potranno costituire un notevole problema iniziale per gli operatori, la norma di Alghero si allinea ai criteri regionali nella convinzione che la conversione verso forme di distribuzione più efficienti non deve andare a discapito dell'assetto urbano.

A questo proposito sarebbero auspicabili interventi con coinvolgimento misto tra pubblico e privato che garantissero tempi brevi e risorse aggiuntive a quelle delle casse comunali al fine di potenziare le dotazioni di parcheggi in zone carenti.

In particolare questo requisito di dotazione di spazi di sosta veicolari, non e' richiesto per le attività commerciali localizzate nelle zone "A" dove è evidente l'impossibilità di poter ricavare le dotazioni di parcheggio pertinenziale richieste e dove, quindi, solo l'intervento pubblico può migliorare le condizioni di accessibilità di quelle zone.

ALTRI CRITERI VINCOLANTI

Le norme di Alghero si adeguano, recependo le indicazioni regionali, anche ad alcuni criteri vincolanti di importante impatto come quelli sugli spazi di carico e scarico.

Alle aree dedicate alla sosta e movimentazione dei veicoli merci si fa anche riferimento nella già citata Deliberazione di Giunta Regionale n. 4/1 del 6 febbraio 2004, in cui riferendosi all' ampliamento di medie strutture di vendita si chiarisce che i parametri di spazi pertinenziali si applicano soltanto per la superficie incrementata.



2b PIANO COMMERCIALE

COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

PROGRAMMA DI URBANISTICA COMMERCIALE

**CRITERI COMUNALI PER IL RILASCIO DELLE
AUTORIZZAZIONI COMMERCIALI PER LE
MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

Redattori:
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

Versione 3.1 - Agosto 2007

ART. 1	FINALITÀ'	3
ART. 2	CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA	4
ART. 3	DOTAZIONE DI PARCHEGGI PERTINENZIALI	9
ART. 4	DOTAZIONE DI AREE DI SOSTA E DI MOVIMENTAZIONE DEI VEICOLI MERCÌ	13
ART. 5	AUTORIZZAZIONI DERIVATE DA CONCENTRAZIONI	15
ART. 6	NUOVE APERTURE PER IL SETTORE ALIMENTARE	15
ART. 7	NUOVE APERTURE PER IL SETTORE NON ALIMENTARE	16
ART. 8	VARIAZIONE MERCEOLOGICA	16
ART. 9	AMPLIAMENTI PER EV, MSV, GSV	16
ART. 10	TRASFERIMENTI DI SEDE	17

ART. 1 FINALITÀ'

Le seguenti disposizioni dettano i criteri per l'insediamento e l'esercizio nel Comune di Alghero di attività con superficie di vendita che va oltre i 250 fino a 1.800 mq., definite medie strutture di vendita, nonché i criteri di programmazione urbanistica per il posizionamento delle attività commerciali in genere (esercizi di vicinato EV, medie strutture di vendita MSV, grandi strutture di vendita GSV), in applicazione della Legge Regionale 18 maggio 2006, n°5 come modificata e integrata dalla LR 6 dicembre 2006 n°17.

I criteri sono attualmente e in via transitoria, individuati nella D.G.R. 55/108 del 2000 per quanto non contrastanti con la LR 5/2006, fino all'emanazione dei nuovi criteri di urbanistica commerciale che la Giunta regionale dovrà adottare sulla base dei principi enunciati all'art.8 della LR 5/2006.

I presenti criteri perseguono i seguenti obiettivi:

- libera apertura su tutto il territorio comunale di nuove medie strutture di vendita, nel rispetto dei criteri di programmazione urbanistica e delle prescrizioni relative ai parcheggi pertinenziali, alle aree di sosta e movimentazione dei veicoli merci, nonché alle verifiche richieste, tutti quanti introdotti per una migliore compatibilità tra servizi commerciali ed altre funzioni territoriali quali viabilità e trasporto pubblico;
- potenziamento mirato della dotazione di servizi di quartiere con nuova costituzione o ricostituzione di esercizi del settore alimentare della piccola – media distribuzione (dai 250 ai 1.800 mq.) a servizio dei quartieri a forte densità residenziale, attualmente sottodotati, allo scopo di diminuire gli spostamenti veicolari all'interno della città;
- potenziamento della capacità di attrazione delle attività commerciali posizionate nel centro storico e nelle altre zone centrali della città, perseguito con l'introduzione nella normativa urbanistica della possibilità di:

- a) costituzione di centri commerciali non alimentari, in zone "A" e alimentari e non alimentari, in zone "B", fino a 1.800 mq
- b) apertura di nuove iniziative di media distribuzione nel settore non alimentare con superficie di vendita individuale fino a 1.800 mq., nelle zone "A" con indicazione della dimensione massima ottimale di 1.000 mq. e, nelle zone "B", fino a 1.800mq. per alimentari e non alimentari, consigliando anche qui la dimensione massima ottimale di 1.000 mq. per il settore alimentare.

ART. 2 CRITERI DI PROGRAMMAZIONE URBANISTICA

Nel fare riferimento alle disposizioni regionali relative alle zone omogenee si è reso necessario, per la loro applicazione, stabilire una corrispondenza tra le definizioni delle zone omogenee enunciate dal D.A. del 20 dicembre 1983 n°2266/U, a cui si riferisce la D.G.R. 55/108 del 2000, e quelle del PRG vigente, approvato nel lontano 1984, il quale, nella sua redazione, fa riferimento a norme previgenti al D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U.

Di seguito si riporta lo schema di corrispondenza adottato per le definizioni delle zone omogenee tra PRG e D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U.

Nell'enunciazione si farà sempre riferimento alle zone omogenee come definite dal D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U per facilitare, sulla scorta del suddetto schema di corrispondenza adottato, i riferimenti di eventuali modifiche al quadro normativo che intervengano successivamente all'adozione del presente strumento.

*schema di corrispondenza adottato per le definizioni delle zone omogenee
tra PRG e D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U*

Zone omogenee D.A. 20 dicembre 1983 n°2266/U	Zone omogenee P.R.G. vigente
ZONE "A" Centro storico-artistico o di particolare pregio ambientale	ZONE "A" Centro storico
ZONE "B" Completamento residenziale	ZONE "B" Completamento residenziale
ZONE "C" Espansione residenziale	ZONE "C" Espansione residenziale
ZONE "D" Industriali, artigianali e commerciali	ZONE "D" Interesse industriale e artigianale
ZONE "F" Turistiche	ZONE "F" Insediamenti turistici e attrezzature ricettive
ZONE "G" Servizi generali	ZONE "G" Verde escluso G ₃ per quanto riguarda la fascia di rispetto cimiteriale (che rientrerebbe nella definizione di zona H del D.A. n°2266/U del 1983)
	ZONE "S"

L'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle attività commerciali sono consentite nelle varie zone urbanistiche omogenee del PRG con i seguenti limiti:

Zone A	Esercizi singoli esclusivamente Alimentari	
	SV ≤ 100 mq.	Ammissibili
	SV > 100 mq.	Non Ammissibili
	Esercizi singoli Misti (Alimentari - Non Alimentari)	
	SV ≤ 250 mq.	Ammissibili
	SV > 250 mq.	Non Ammissibili
	Esercizi singoli esclusivamente Non Alimentari	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili Ottimale SV ≤ 1.000 mq.
	SV > 1.800 mq.	Non Ammissibili
	Centri commerciali Non alimentari	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili -- se realizzati in immobili di pregio, costituiti esclusivamente per concentrazione, trasferimento o ampliamento di esercizi già esistenti, e al cui interno possono coesistere strutture alimentari con superfici di vendita inferiori ai 100 mq., dove la superficie di vendita alimentare complessiva non può essere superiore al 20% della superficie di vendita globale –
	SV > 1.800 mq.	Non Ammissibili

Zone B	Esercizi esclusivamente o prevalentemente alimentari (SV alimentare > del 50% della SV globale)	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili Ottimale SV ≤ 1.000 mq.
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili
	Esercizi singoli o centri commerciali esclusivamente o prevalentemente Non alimentari (SV alimentare ≤ al 20% della SV globale)	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili

Zone C ed F	Esercizi singoli alimentari ed esercizi singoli non alimentari	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili (vincolante)
	Centri commerciali esclusivamente o prevalentemente alimentari	
	SV ≤ 5.000 mq. (solo con SV ≤ 1.800 mq. ammissibile senza procedura di cui all'art.4 LR 5/2006 che prevede conferenza di servizi tra regione, provincia e comune)	Ammissibili * -- con presenza di un supermercato con SV non maggiore del 60% della totale SV e con la restante SV destinata soltanto ad Esercizi di Vicinato in galleria -- (vincolante)
	SV > 5.000 mq.	Non ammissibili
	Centri commerciali esclusivamente o prevalentemente non alimentari (SV alimentare ≤ al 20% della SV globale)	
	SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili
	SV > 1.800 mq.	Non ammissibili

(*) Le dimensioni riferite alle diverse tipologie, dove appaiono contraddistinte da un asterisco, debbono verificare la loro reale ammissibilità rispetto alle disponibilità di superficie disposte dal Piano per le grandi strutture di cui alla LR 25.2.2005, n°5.

Zone D e G qualora la funzione commerciale sia espressame nte prevista nelle norme di attuazione dello strumento urbanistico generale ed entro i limiti di cui ai piani particolareg giati e/o di lottizzazione	Esercizi singoli e centri commerciali prevalentemente o esclusivamente non alimentari (SV alimentare ≤ al 20% della SV globale e comunque al massimo pari a 500 mq.)	
	Ammissibili	
	Esercizi singoli e centri commerciali prevalentemente o esclusivamente alimentari (SV alimentare > al 50% della SV globale)	
	250 mq. < SV ≤ 1.800 mq.	Ammissibili
	Esercizi singoli prevalentemente o esclusivamente alimentari (SV alimentare > al 50% della SV globale)	
	1.800 mq. < SV ≤ 7.000 mq.	Ammissibili *
	SV > 7.000 mq.	Non ammissibili
	Centri commerciali esclusivamente o prevalentemente alimentari (SV alimentare > al 50% della SV globale)	
	5.000 mq. ≤ SV ≤ 10.000 mq.	Ammissibili * -- con presenza di un super/ipermercato con SV almeno pari al 70% della SV complessivamente autorizzata --
	SV > 10.000 mq.	Non ammissibili

(*) Le dimensioni riferite alle diverse tipologie, dove appaiono contraddistinte da un asterisco, debbono verificare la loro reale ammissibilità rispetto alle disponibilità di superficie disposte dal Piano per le grandi strutture di cui alla LR 25.2.2005, n°5.

ART. 3 DOTAZIONE DI PARCHEGGI PERTINENZIALI

Per gli esercizi già operanti alla data di approvazione dei presenti criteri, i parametri di superficie di parcheggio restano quelli preesistenti, così pure nei casi di subentro.

Le nuove autorizzazioni per medie strutture di vendita, posizionate in qualsiasi zona urbanistica omogenea, con la sola esclusione delle zone "A" del centro storico, sono subordinate alla disponibilità minima di aree destinate a parcheggi a disposizione dei clienti e di cui il richiedente l'autorizzazione abbia piena disponibilità, secondo i parametri di seguito schematizzati per cui devono essere rispettate entrambe le condizioni:

$$PA_{\text{struttura di vendita}} \geq PA_{\text{standard}}$$

$$SP_{\text{struttura di vendita}} \geq SP_{\text{standard}}$$

in cui si ha

PA = n° stalli di parcheggio riservati alla clientela

SP = superficie di parcheggio (area destinata al parcheggio, comprensiva della viabilità interna al parcheggio e delle zone di manovra)

I valori per la verifica degli standard di dotazione parcheggi per la clientela sono riportati nel seguente abaco dove, oltre alle definizioni di PA e SP, si ha:

SV = Superficie di Vendita

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

SUPERFICI ALIMENTARI		Esercizi di Vicinato	Medie Strutture di Vendita con SV ≤ 250 mq.	Medie Strutture di Vendita con 250 mq.< SV ≤ 1.500 mq.	Medie Strutture di Vendita con SV >1.500 mq.	Grandi Strutture di Vendita
Zone D e G	Alta dipendenza da auto			PA ≥ 0,12 x SV e SP ≥ 3 x SV		
Zone C ed F	Alta dipendenza da auto	PA ≥ 0,05 x SV e SP ≥ 1,25 x SV		PA ≥ 0,11 x SV - 15 e SP ≥ 2,75 x SV - 375	PA ≥ 0,1 x SV e SP ≥ 2,5 x SV	
Zone B	Media dipendenza da auto	PA = SP ≥ 0	PA ≥ 0,04 x SV e SP ≥ 1 x SV	PA ≥ 0,112 x SV - 18 e SP ≥ 2,8 x SV - 450	PA ≥ 0,1 x SV e SP ≥ 2,5 x SV	
Zone A	Nessuna dipendenza da auto	PA = SP ≥ 0				

SUPERFICI NON ALIMENTARI		Esercizi di Vicinato	Medie Strutture di Vendita.	Grandi Strutture di Vendita
Zone C, D, F, G	Alta dipendenza da auto	PA ≥ 0,04 x SV e SP ≥ 1 x SV		
Zone B	Media dipendenza da auto	PA = SP ≥ 0	PA ≥ 0,03 x SV e SP ≥ 0,75 x SV	
Zone A	Zone [*] pedonali o a traffico limitato	PA = SP ≥ 0		
	Altre zone – Bassa dipendenza da auto	PA = SP ≥ 0	PA ≥ 0,02 x SV e SP ≥ 0,5 x SV	

(*) Nelle zone A, nel caso in cui si abbiano MSV di tipo non alimentare localizzate in zone pedonali o a traffico limitato (ossia il cui ingresso pedonale principale si affacci su viabilità solo pedonale o a traffico limitato), è richiesta la dotazione di parcheggi solo per l'ampliamento con i parametri della bassa dipendenza da auto.

Nel caso di strutture commerciali miste alimentari + non alimentari, come definito al punto 5.3.2.2 della D.G.R. 55/108 del 2000, si configurano due casi:

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

In questo caso, gli standard di parcheggio (S) da applicare (sia per i posti auto, $S_{\equiv PA}$, che per l'area destinata a parcheggio, $S_{\equiv PA}$) sono dati dalla formula

$$S = \frac{S_{ALIM} \times SV_{ALIM} + S_{NON ALIM} \times SV_{NON ALIM}}{SV_{TOT}}$$

dove:

S_{ALIM} = Standard calcolato, applicando le relazioni degli abachi di cui sopra, assumendo convenzionalmente che tutta la SV sia alimentare

$S_{NON ALIM}$ = Standard calcolato, applicando le relazioni degli abachi di cui sopra, assumendo convenzionalmente che tutta la SV sia non alimentare

SV_{ALIM} = Superficie di Vendita Alimentare

$SV_{NON ALIM}$ = Superficie di Vendita Non Alimentare

SV_{TOT} = Totale Superficie di Vendita

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

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

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

$$S = \frac{2 \times S_{ALIM} + S_{NON ALIM}}{3}$$

In altri termini si applica la formula definita per il caso a), assumendo un rapporto convenzionale tra

SV_{ALIM} e $SV_{NON ALIM}$ pari a 2.

Devono inoltre essere garantiti in aggiunta :

Posti per motocicli e biciclette: 2 ogni 10 posti auto, dimensionati per i motocicli.

Al rispetto del requisito di disponibilità di parcheggi pertinenziali obbligatori è subordinato il rilascio delle autorizzazioni commerciali per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle strutture di vendita (anche nei casi di autorizzazioni dovute di cui al punto 4 della DGR 55/108 del 2000)

L'adeguamento alle sopraindicate dotazioni di parcheggi obbligatori è richiesto anche nel caso di ampliamento della superficie di vendita.

In questo caso, come chiarito dalla DGR n.4/1 del 6 febbraio 2004, applicando i parametri per la sola parte incrementata.

In base a ciò si eseguirà il calcolo sull'intera struttura di vendita, ipotizzando che gli standard dovuti alla dimensione originaria fossero idealmente soddisfatti; conseguentemente si procederà al calcolo degli standard connessi all'intera struttura incrementata e ad essi si sottrarranno quelli dovuti per la struttura originaria, determinando per differenza la quantità da reperire a seguito dell'ampliamento.

L'eventuale riduzione delle dotazioni di parcheggio pertinenziale comporta l'adeguamento dell'autorizzazione commerciale in ordine alla superficie di vendita e, nei casi di mancato adeguamento, la revoca dell'autorizzazione.

E' ammessa la costituzione delle dotazioni di pertinenza per parcheggi a disposizione dei clienti , anche su suoli la cui proprietà sia diversa da quelle della strutture commerciali di riferimento, purché ne sia dimostrata la piena disponibilità da parte del

richiedente e le aree di parcheggio costituite non siano distanti più di 300 ml. dagli accessi degli esercizi commerciali da servire. Esse devono in ogni caso essere collegate ad almeno un ingresso pedonale per la clientela senza alcuna interposizione (tra il parcheggio e l'ingresso) di barriere architettoniche o viabilità diversa da quella interna al parcheggio.

ART. 4 DOTAZIONE DI AREE DI SOSTA E DI MOVIMENTAZIONE DEI VEICOLI MERCI

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

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

$$SP_{MOV} \geq 0,18 \times SV + 48 \text{ mq.}$$

Al fine di evitare che il conteggio di quest'area comprenda prevalentemente spazi residuali non utilizzabili per la funzione di sosta e movimentazione, questa deve avere una forma tale da consentire di potere inscrivere in essa un rettangolo di misure non inferiori a 5x10 m..

Per esercizi con $SV > 2.500$ mq., deve essere:

$$SP_{MOV} > 500 \text{ mq.}$$

Quest' area deve essere contigua all'esercizio commerciale e adibita ad uso esclusivo per la sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento dell'esercizio commerciale.

Nel caso di MSV con $SV \leq 600$ mq. è consentito l'utilizzo (a fini di sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento delle merci) dell'area destinata a parcheggio pertinenziale per la clientela; contestualmente è richiesto un incremento della dotazione di spazi destinati a parcheggio per la clientela, ossia devono essere verificate entrambe le seguenti condizioni:

- la superficie destinata a parcheggio (SP) deve soddisfare la relazione

$$SP \geq SP_{\text{STANDARD}} + 50 \text{ mq.}$$

- il numero di posti auto (PA) deve soddisfare la relazione

$$PA \geq PA_{\text{STANDARD}} + 2$$

Al rispetto del requisito di disponibilità di spazi pertinenziali obbligatori di sosta e movimentazione dei veicoli adibiti al rifornimento delle merci è subordinato il rilascio delle autorizzazioni commerciali per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle strutture di vendita (anche nei casi di autorizzazioni dovute di cui al punto 4 della DGR 55/108 del 2000)

L'adeguamento alle sopraindicate dotazioni di spazi pertinenziali obbligatori è richiesto anche nel caso di ampliamento della superficie di vendita.

In questo caso, come chiarito dalla DGR n.4/1 del 6 febbraio 2004, applicando i parametri per la sola parte incrementata.

In base a ciò si eseguirà il calcolo sull'intera struttura di vendita, ipotizzando che gli standard dovuti alla dimensione originaria fossero idealmente soddisfatti; conseguentemente si procederà al calcolo degli standard connessi all'intera struttura incrementata e ad essi si sottrarranno quelli dovuti per la struttura originaria, determinando per differenza la quantità da reperire a seguito dell'ampliamento.

L'eventuale riduzione delle dotazioni di spazi pertinenziali comporta l'adeguamento dell'autorizzazione commerciale in ordine alla superficie di vendita e, nei casi di mancato adeguamento, la revoca dell'autorizzazione.

ART. 5 AUTORIZZAZIONI DERIVATE DA CONCENTRAZIONI

E' sempre consentita l'autorizzazione all'apertura o all'ampliamento di una media struttura di vendita, qualora derivi da concentrazione di esercizi già operanti e a condizione che la struttura derivante dalla concentrazione rispetti i criteri di programmazione urbanistica di cui all'art. 2, le prescrizioni sui parcheggi pertinenziali e dotazione di aree di sosta e di movimentazione dei veicoli merci, indicate dagli artt. 3 e 4 nonché le verifiche richieste al punto 5 della DGR 55/108 del 2000.

Il conteggio va tenuto distinto per le superfici alimentari e per quelle non alimentari

Non costituisce atto dovuto l'ampliamento a seguito di concentrazione di una MSV che determini la sua trasformazione in GSV; l'autorizzazione di una tale struttura segue, infatti, le procedure previste per qualunque nuova GSV:

Il rilascio dell'autorizzazione nei casi sopra esposti comporta la revoca dei titoli autorizzativi preesistenti.

Nel caso in cui la concentrazione riguardi le autorizzazioni commerciali riferite alla tabella VIII, il richiedente l'autorizzazione commerciale è tenuto a specificare il riparto di questa originaria superficie tra superficie alimentare e non alimentare. La nuova autorizzazione rilasciata distinguerà, pertanto, il riparto tra superficie alimentare e non alimentare conseguente all'intervento di concentrazione.

ART. 6 NUOVE APERTURE PER IL SETTORE ALIMENTARE

L'apertura di una media struttura del settore alimentare è sempre consentita nel rispetto dei criteri di programmazione urbanistica di cui all'art.2 e delle prescrizioni sui parcheggi pertinenziali e dotazione di aree di sosta e di movimentazione dei veicoli merci, indicate dagli artt. 3 e 4 nonché delle verifiche richieste al punto 5 della DGR 55/108 del 2000.

ART. 7 NUOVE APERTURE PER IL SETTORE NON ALIMENTARE

L'apertura di una media struttura del settore non alimentare è sempre consentita nel rispetto dei criteri di programmazione urbanistica di cui all'art.2 e delle prescrizioni sui parcheggi pertinenziali e dotazione di aree di sosta e di movimentazione dei veicoli merci, indicate dagli artt. 3 e 4 nonché delle verifiche richieste al punto 5 della DGR 55/108 del 2000.

ART. 8 VARIAZIONE MERCEOLOGICA

La modifica del settore merceologico, alimentare, non alimentare e/o del mix di superficie di vendita tra alimentare e non alimentare sono equiparati a nuove aperture, sono soggetti pertanto al rispetto dei requisiti indicati agli artt.2, 3 e 4 nonché delle verifiche richieste al punto 5 della DGR 55/108 del 2000.

ART. 9 AMPLIAMENTI PER EV, MSV

L'autorizzazione all'ampliamento di un EV e di una MSV è consentita a condizione che:

- siano rispettati i criteri di programmazione urbanistica di cui all'art. 2;
- siano soddisfatti i requisiti di dotazione di aree di sosta e di movimentazione dei veicoli merci, indicate dagli artt. 3 e 4 nonché le verifiche richieste al punto 5 della DGR 55/108;

La superficie incrementale di ampliamento dovrà essere computata separatamente per l'alimentare ed il non alimentare.

Non costituisce atto dovuto l'ampliamento di una MSV che determini la sua trasformazione in GSV; l'autorizzazione di tale struttura segue, infatti, le procedure previste per qualunque nuova GSV.

Il rilascio dell'autorizzazione in tutti i casi sopra esposti comporta la revoca dei titoli autorizzativi preesistenti.

Nel caso in cui l'ampliamento riguardi autorizzazioni commerciali riferita alla tabella VIII, il richiedente l'autorizzazione commerciale è tenuto a specificare il riparto di questa originaria superficie tra superficie alimentare e non alimentare. La nuova autorizzazione rilasciata distinguerà, pertanto, il riparto tra superficie alimentare e non alimentare conseguente all'intervento di ampliamento.

ART. 10 TRASFERIMENTI DI SEDE

Il trasferimento di sede di una media struttura di vendita è sempre consentito su tutto il territorio comunale, a condizione che nella zona di nuovo insediamento siano rispettati i criteri di programmazione urbanistica di cui all'art.2, le prescrizioni sui parcheggi pertinenziali e dotazione di aree di sosta e di movimentazione dei veicoli merci indicate dagli artt. 3 e 4 nonché le verifiche richieste al punto 5 della DGR 55/108 del 2000.



2c PIANO COMMERCIALE

COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

PROGRAMMA DI URBANISTICA COMMERCIALE

**REGOLAMENTO PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI
ALL'APERTURA, ALLA VARIAZIONE DEL SETTORE
MERCEOLOGICO, AL TRASFERIMENTO E/O AMPLIAMENTO
DELLE STRUTTURE DI VENDITA**

Redattori:
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

TITOLO I - MEDIE STRUTTURE DI VENDITA	3
Articolo 1 - Domanda di apertura di una media struttura di vendita	3
Articolo 2 – Silenzio-assenso	3
Articolo 3 - Sportello unico	3
Articolo 4 - Subingresso	3
Articolo 5 - Trasferimento di sede della struttura	5
Articolo 6 - Ampliamento della superficie di vendita	5
Articolo 7 – Variazione del settore merceologico	5
Articolo 8 - Sospensione dell'attività	5
Articolo 9 - Cessazione dell'attività	6
Articolo 10 - Domande concorrenti	6
Articolo 11 - Criteri di priorità nell'accoglimento delle domande di autorizzazione	6
Articolo 12 - Autorizzazioni dovute	6
Articolo 13 - Requisiti urbanistici	7
Articolo 14 - Revoca delle autorizzazioni	7
TITOLO II - NORME GENERALI	7
Articolo 15 - Centri commerciali	7
Articolo 16 - Requisiti morali e professionali	7
Articolo 17 - Superficie di vendita	7
Articolo 18 - Particolarità merceologiche dei settori	8
Articolo 19 - Deroga alla destinazione d'uso commerciale	8
Articolo 20 - Attività di vendita stagionali e temporanee	8
Articolo 21 - Distributori automatici	8
Articolo 22 - Comunicazioni	9
Articolo 23 – Grandi Strutture di Vendita	9
Articolo 24 - Sanzioni	9
Articolo 25 - Norma finale	10

TITOLO I - MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

Articolo 1 - Domanda di apertura di una media struttura di vendita

1. L'apertura di una media struttura di vendita è soggetta ad autorizzazione rilasciata dal Comune sulla base del rispetto dei criteri urbanistico-commerciali vigenti.
2. Nella domanda, presentata al competente ufficio comunale in duplice copia, l'interessato dichiara:
 - a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'art.2 della LR 5/2006;
 - b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;
 - c) certificato di conformità alle norme urbanistiche

L'interessato allega altresì la cartografia in scala 1:100, redatta da un tecnico abilitato, dalla quale si rilevi il progetto di insediamento con l'indicazione della consistenza dei parcheggi pertinenziali in rapporto agli standard prescritti;
3. Il Comune, entro 30 giorni dal ricevimento della domanda, provvede a richiedere all'interessato l'integrazione della documentazione eventualmente mancante. I termini di cui al successivo art.2 sono interrotti fino al ricevimento, da parte del Comune, della documentazione richiesta.
4. L'esame della domanda ed il rilascio dell'autorizzazione sono subordinati alla disponibilità di parcheggi pertinenziali in misura conforme agli standard prescritti nonché alla conformità urbanistica.
5. Le fasi istruttorie dei procedimenti edilizio e commerciale saranno predisposte contemporaneamente ed in correlazione. Il rilascio del titolo edificatorio e dell'autorizzazione all'apertura dell'esercizio commerciale è disposto con un unico provvedimento firmato dai responsabili del procedimento del settore edilizio e di quello commerciale.

Articolo 2 – Silenzio-assenso

1. Il termine di cui all'art.22, comma 4, lettera a) dei D.Lgs n.114/98, per l'inizio dell'attività, decorre dalla data in cui il richiedente ha avuto comunicazione dell'avvenuto rilascio dell'autorizzazione.
2. La domanda di rilascio dell'autorizzazione si considera accolta qualora non venga comunicato all'interessato il provvedimento di diniego entro il termine di 90 giorni decorrenti dalla data di ricevimento della domanda stessa, e sempre che la stessa sia completa, dell'autocertificazione sul possesso di tutti i requisiti e presupposti di legge per l'esercizio dell'attività.

Articolo 3 - Sportello unico

1. Fino alla istituzione dello Sportello unico le istanze restano in capo ai competenti uffici comunali.

Articolo 4 - Subingresso

1. Il trasferimento in gestione o in proprietà di un esercizio di vendita, per atto tra vivi o a causa di morte, comporta di diritto il trasferimento dell'autorizzazione a chi subentra nello svolgimento dell'attività, sempre che sia provato l'effettivo trasferimento dell'esercizio mediante atto pubblico o

scrittura privata autenticata (cfr. circ.MICA n. 3472/C n.598387 del 18.11.99) ed il subentrante abbia i requisiti professionali e morali per l'esercizio dell'attività. Non può essere oggetto di atti di trasferimento l'attività corrispondente ad un solo settore merceologico di un esercizio.

2. Il subentrante già in possesso dei requisiti, alla data dell'atto di trasferimento dell'esercizio o, nel caso di subingresso per causa di morte, alla data di acquisto del titolo, può iniziare l'attività solo dopo aver presentato apposita comunicazione al comune. Qualora a decorrere dalla data predetta non inizi l'attività entro il termine previsto dall'art.22, comma quarto, lettera a) del D.Lgs n. 114/98, decade dal diritto di esercitare l'attività del dante causa.
3. Il subentrante per causa di morte, non in possesso dei requisiti professionali alla data di acquisto del titolo, può iniziare l'attività solo dopo aver richiesto i requisiti professionali e aver presentato apposita comunicazione di subingresso al comune. Qualora non inizi l'attività entro un anno dalla data predetta, decade dal diritto di esercitare l'attività del dante causa.
4. Fermo restando il disposto dei commi precedenti, il subentrante per causa di morte, anche se non in possesso dei requisiti professionali, ha comunque facoltà di continuare a titolo provvisorio l'attività del dante causa per non più di sei mesi dalla data di acquisto del titolo, dandone immediata comunicazione al comune.
5. Qualora gli eredi non possano o non vogliano subentrare nell'attività del defunto, debbono alienare l'azienda entro un anno dall' acquisizione del titolo (morte del de cuius se "ab intestato" o pubblicazione del testamento) e l'acquirente ha diritto ad utilizzare i termini di acquisto "inter vivos" ai fini della decadenza.
6. Gli eredi possono altresì, sempre entro un anno, concedere in affitto a un gestore in possesso dei requisiti di legge, l'azienda di cui sono (e rimangono) titolari (anche senza il possesso dei requisiti professionali nel caso trattasi di un'azienda operante nel settore alimentare) e al termine di questa gestione possono, entro sei mesi, esercitare le seguenti scelte:
 - vendere l'azienda
 - concederla nuovamente in affitto a un gestore in possesso dei requisiti di legge
 - attivarla a proprio nome
7. Il subentrante per atto tra vivi, non in possesso dei requisiti professionali alla data dell'atto di trasferimento dell'esercizio, può iniziare l'attività solo dopo aver acquisito i requisiti professionali e presentato apposita comunicazione di subingresso al comune. Decade da tale diritto nel caso in cui non inizi l'attività entro il termine previsto dall'art.22, comma 4, lettera a) del D.Lgs. n. 114/98.
8. Nei casi in cui sia avvenuto il trasferimento della gestione di un esercizio, il proseguo dell'attività da parte del subentrante è autorizzato fino alla data in cui ha termine la gestione. Qualora chi subentra non comunichi il subingresso e non inizi l'attività entro il termine di cui all'art.22, comma 4, lettera a) del D.Lgs n. 114/98, decade dal diritto di esercitare tale attività.
9. La società cui, contestualmente alla costituzione, sia conferita un'azienda commerciale, può continuare per sei mesi l'attività del dante causa, dandone immediata comunicazione al comune. Qualora non acquisisca i requisiti professionali entro un anno dalla data del conferimento, decade dal diritto di esercitare l'attività conferita.
10. Nei casi in cui il tribunale autorizzi la continuazione dell'impresa commerciale da parte di un incapace, chi tutela ai sensi di legge gli interessi dell'incapace deve darne immediata comunicazione al comune, incaricando per la conduzione dell'esercizio idonea persona in possesso dei requisiti morali e professionali previsti dalla legge. Entro tre mesi dalla cessazione dello stato di incapacità , accertata ai sensi di legge, l'interessato deve darne comunicazione al comune, autocertificando il possesso dei requisiti richiesti per l'esercizio dell'attività commerciale. Qualora non venga in possesso dei requisiti entro il termine di un anno dalla detta cessazione di

incapacità decade dal titolo o dal diritto per l'esercizio dell'attività, salvo che il ritardo dipenda da causa a lui non imputabile.

11. Nei casi in cui il tribunale dichiara il fallimento di persona o società titolare di un'attività commerciale il curatore fallimentare ha diritto di sostituirsi nella conduzione dell'esercizio.
12. I termini previsti dal presente articolo potranno essere prorogati da parte del Responsabile del Servizio su motivata istanza della ditta.

Articolo 5 - Trasferimento di sede della struttura

1. Il trasferimento di sede di una media struttura di vendita è soggetto ad autorizzazione rilasciata dal Comune.
2. Nella domanda di cui all'art.1 del presente regolamento è redatta sui modelli predisposti dal competente ufficio comunale, ai sensi dell'art.8 del D.Lgs n. 114/98, l'interessato dichiara:
 - a) di essere in possesso dei requisiti di cui all'art.5 del D.Lgs n. 114/98;
 - b) il settore o i settori merceologici, l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio;

L'interessato allega altresì la cartografia dalla quale si rilevi il progetto di insediamento con indicazione delle dotazioni di parcheggi pertinenziali e standard come richiesti dai Criteri comunali per medie strutture di vendita.

3. Il trasferimento di cui al primo comma del presente articolo è consentito qualora nella zona di nuovo insediamento, in base allo strumento urbanistico generale, sia ritenuta ammissibile ed idonea la localizzazione di medie strutture di vendita appartenenti alla classe dimensionale dell'esercizio oggetto di trasferimento.
4. Il trasferimento dell'esercizio deve comunque avvenire nel rispetto dei requisiti urbanistici.

Articolo 6 - Ampliamento della superficie di vendita

1. L'ampliamento della superficie di una media struttura di vendita è soggetto ad autorizzazione rilasciata dal Comune come indicato dai Criteri comunali per le medie strutture di vendita.
2. L'istanza di cui al precedente comma 1, segue le procedure previste per la domanda di apertura di una nuova struttura di cui all'art.1 del presente regolamento.

Articolo 7 – Variazione del settore merceologico

1. La variazione del settore merceologico è soggetta ad autorizzazione rilasciata dal Comune.
2. L'istanza di cui al precedente comma 1, segue le procedure previste per la domanda di apertura di una nuova struttura di cui all'art.1 del presente regolamento.

Articolo 8 - Sospensione dell'attività

1. L'attivazione di una nuova media struttura di vendita deve avvenire entro un anno dalla data di rilascio della relativa autorizzazione, se riguardante una nuova costruzione di cui è stata

contestualmente richiesta la concessione edilizia, deve avvenire entro un anno dal rilascio del certificato di agibilità della stessa.

2. L'attività di una media struttura di vendita può essere sospesa per un periodo non superiore ad un anno previa comunicazione all'ufficio comunale competente.
3. La comunicazione di cui al precedente comma deve pervenire all'organo comunale entro 10 giorni dall'avvenuta sospensione dell'attività.
4. In caso di comprovata necessità, l'organo comunale preposto può prorogare il termine di cui al precedente comma 2.

Articolo 9 - Cessazione dell'attività

1. La cessazione dell'attività relativa a medie strutture di vendita è soggetta alla sola comunicazione al comune, ai sensi del comma 5 dell'art.26 del D.Lgs. n.114/98.
2. La cessazione dell'attività di cui al precedente comma 1 può essere effettuata immediatamente dopo aver inoltrato la comunicazione al comune.

Articolo 10 - Domande concorrenti

1. Si considerano concorrenti le domande relative allo stesso settore merceologico, pervenute al Comune alla stessa data, purché complete di ogni elemento previsto dalle disposizioni vigenti.
2. L'istruttoria relativa ad una domanda per l'apertura di una media struttura di vendita si ritiene conclusa quando il Comune si pronuncia nel merito della domanda o, eventualmente, alla maturazione del silenzio-assenso.
3. In caso di concorrenza di domande, i relativi procedimenti istruttori sono sospesi per un tempo pari a 15 giorni, durante il quale il Comune individua la domanda prioritaria.

Articolo 11 - Criteri di priorità nell'accoglimento delle domande di autorizzazione

1. L'esame delle domande concorrenti avviene nel rispetto dei criteri di priorità.
2. Le domande di rilascio delle autorizzazioni debbono essere esaminate secondo l'ordine cronologico di registrazione al protocollo generale comunale. Per data di registrazione s'intende quella di presentazione della domanda al protocollo generale.
3. Nel caso di domande aventi stessa data di registrazione, costituisce titolo di priorità, il fatto che la domanda, nell'ordine, assicuri dal punto di vista urbanistico la migliore soluzione, ossia, che sia dimostrata la disponibilità del maggior numero di parcheggi per i clienti e la migliore ubicazione rispetto alle aperture dei locali di vendita, che abbia maggior distanza da altri esercizi consimili già operanti rispetto a quelli di altre richieste, inoltre che l'esercizio si localizzi in zone prive di servizi, che sia dimostrata la disponibilità dei locali o dell'area destinata alla loro costruzione.
4. La valutazione spetta ai Dirigenti competenti.

Articolo 12 - Autorizzazioni dovute

1. Non può essere negata l'autorizzazione all'apertura o all'ampliamento di una media struttura di vendita qualora rientri nei casi previsti dai Criteri comunali per medie strutture (concentrazioni e ampliamenti), fermo restando il necessario rispetto dei requisiti urbanistici e dalla disponibilità di parcheggi pertinenziali di cui all'art. 2 dei Criteri comunali per medie strutture.
2. L'accertamento della compatibilità urbanistica fa riferimento agli strumenti urbanistici vigenti.

Articolo 13 - Requisiti urbanistici

- 1 Il rilascio di autorizzazioni all'apertura, al trasferimento o all'ampliamento delle medie strutture di vendita è subordinato al rispetto dei requisiti urbanistici indicati dallo Strumento Urbanistico Generale integrato dal recepimento della normativa introdotta dalla D.G.R. 55/108 del 29/12/2000 nonché alla disponibilità di parcheggi pertinenziali e al rispetto degli altri standard e verifiche di cui ai Criteri comunali per medie strutture di vendita.

Articolo 14 - Revoca delle autorizzazioni

1. L'autorizzazione all'apertura è revocata nei casi previsti dall'art.22 del D. Lgs n. 114/98.

TITOLO II - NORME GENERALI

Articolo 15 - Centri commerciali

1. Il centro commerciale è la grande struttura di vendita, promossa o progettata o realizzata o gestita con una politica commerciale unitaria, con più esercizi commerciali, inseriti in una o più strutture funzionalmente collegate, anche se separate da strade o spazi pubblici, indipendentemente dalla loro destinazione urbanistica e dall'eventuale presenza di altre tipologie di attività.
2. La superficie di un centro commerciale è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali in esso presenti.
3. L'autorizzazione all'apertura e all'ampliamento del centro commerciale deve indicare specificamente i singoli esercizi in esso inseriti; per l'attivazione di questi ultimi deve essere rilasciata apposita autorizzazione subordinata alla prima e le relative autorizzazioni non possono essere trasferite al di fuori dello stesso centro commerciale.

Articolo 16 - Requisiti morali e professionali

1. I requisiti per l'esercizio dell'attività commerciale sono definiti dall'art.2 della LR 5/2006

Articolo 17 - Superficie di vendita

- 1 Per superficie di vendita di un esercizio si intende l'area destinata all'esposizione e alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature, casse e vetrine; non costituisce superficie di vendita esclusivamente quella destinata a depositi, magazzini, locali di lavorazione, uffici e servizi, nonché quella antistante la barriera casse quando non ospiti prodotti destinati alla vendita.

2. Ogni locale o complesso di locali, direttamente e funzionalmente collegati, identifica un unico esercizio commerciale.

Articolo 18 - Particolarità merceologiche dei settori

1. La vendita al pubblico, in un'unica confezione e ad un unico prezzo, di prodotti appartenenti a settori merceologici diversi, è consentita nell'esercizio che abbia nel proprio settore merceologico il prodotto che rispetto agli altri contenuti nella confezione risulti di valore ragguagliabile ad almeno tre quarti del prezzo della confezione stessa, tenendo conto dei valori di mercato dei rispettivi prodotti.
2. I prodotti alimentari a base di carni possono essere posti in vendita comunque preparati e confezionati ed anche allo stato di precotti. La cottura potrà essere effettuata anche nell'esercizio, fatta salva l'osservanza delle norme igienico-sanitarie.
3. Per la vendita di prodotti di erboristeria l'esercizio deve essere autorizzato o abilitato sia per il settore alimentare che per quello non alimentare.
4. I titolari di autorizzazioni comprendenti le ex categorie della tabella XIV "prodotti dietetici" o "alimenti surgelati" hanno diritto a porre in vendita tutti i prodotti del settore alimentare..
5. Le attività di vendita vincolate all'attività principale di farmacia, rivendita di generi di monopolio o distributore di carburanti non possono essere cedute separatamente da tale attività.
6. Non costituisce attività di somministrazione di alimenti e bevande, l'assaggio gratuito di essi organizzato dal venditore ai fini promozionali, o di scelta dei prodotti in vendita.

Articolo 19 - Deroga alla destinazione d'uso commerciale

1. Attività commerciali riguardanti i materiali edili, le autovetture e le imbarcazioni possono essere esercitate su fondi di cui almeno il 30% sia a destinazione d'uso commerciale purché venga dichiarato e inserito negli atti della domanda che la vendita riguarderà esclusivamente le citate merceologie.

Articolo 20 - Attività di vendita stagionali e temporanee

1. Nel rilascio delle autorizzazioni di tutte le tipologie previste dall'art.4, della LR 5/2006 non si farà più distinzione in riferimento alla stagionalità, considerandole tutte a carattere annuale.
2. Le autorizzazioni già rilasciate a carattere stagionale sono automaticamente trasformate in annuali dalla data di approvazione del presente regolamento.

Articolo 21 - Distributori automatici

1. La vendita al pubblico mediante apparecchi automatici, è disciplinata dal comma 8 art. 3 della LR5/2006.

Articolo 22 - Comunicazioni

1. La sospensione dell'attività per un periodo superiore ad un mese è soggetta a previa comunicazione al comune.
2. E' altresì soggetta a comunicazione al comune la modifica della denominazione o della ragione sociale delle società esercenti l'attività commerciale.
3. Per gli esercizi di vicinato: L'apertura, la variazione del settore merceologico, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie nei limiti di cui al presente comma sono soggetti a previa comunicazione al comune competente per territorio e possono essere effettuati decorsi trenta giorni e non oltre i centoventi giorni dal ricevimento da parte del comune della comunicazione, in cui deve essere dichiarata:
 - a) la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 2 e il settore merceologico;
 - b) il rispetto dei regolamenti locali di polizia urbana, annonaria e igienico-sanitaria, i regolamenti edilizi e le norme urbanistiche, nonché quelle relative alle destinazioni d'uso e di agibilità dei locali;
 - c) l'ubicazione e la superficie di vendita dell'esercizio.

Articolo 23 – Grandi Strutture di Vendita

1. Le grandi strutture di vendita hanno superficie superiore ai limiti di cui al comma 3 art 4 della LR 5/2006
2. L'apertura, la variazione del settore merceologico, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie sono soggetti ad autorizzazione comunale sulla base del rispetto dei criteri urbanistico commerciali di cui agli articoli 8 e 10 della LR 5/2006, previo parere favorevole di una conferenza di servizi composta da tre membri, rappresentanti rispettivamente la regione, la provincia e il comune.
3. Le deliberazioni della conferenza sono adottate a maggioranza dei componenti; il rilascio dell'autorizzazione è subordinato al parere favorevole del rappresentante della Regione.
4. La conferenza si svolge in seduta pubblica, presso la sede della Regione, e ad essa partecipano a titolo consultivo i rappresentanti dei comuni contermini, delle organizzazioni dei consumatori, delle imprese del commercio più rappresentative e delle associazioni sindacali dei lavoratori.
5. Ove il bacino d'utenza riguardi anche parte del territorio di altra provincia, la conferenza ne richiede il parere non vincolante ai fini del rilascio dell'autorizzazione.
6. L'istanza per l'apertura di una grande struttura di vendita deve essere inviata contemporaneamente a Regione, provincia e comune. Quest'ultimo svolge l'istruttoria nel termine di trenta giorni, salvo richieste d'integrazioni per non più di una volta e per un ulteriore termine di trenta giorni, e nei successivi sessanta giorni convoca la conferenza di servizi.
7. La data di svolgimento deve essere concordata tra Regione e comune e non può svolgersi prima di trenta e non oltre sessanta giorni dalla conclusione dell'istruttoria.
8. I lavori della conferenza devono svolgersi in un termine massimo di sessanta giorni.
9. Non si procede a convocazione qualora la Regione respinga l'istanza nei trenta giorni successivi alla sua presentazione.
10. Il provvedimento di rigetto deve essere comunicato al soggetto
11. istante, al comune e alla provincia.

Articolo 24 - Sanzioni

1. Le violazioni in materia di commercio sono regolate dall'art. 12 della LR 5/2006.

Articolo 25 - Norma finale

- 1 La valutazione dei casi non specificamente trattati nelle presenti norme spetta al Dirigente.
2. Per gli aspetti di programmazione urbanistica si fa riferimento alla disciplina contenuta nello Strumento Urbanistico Generale ed in quelli di dettaglio, nelle relative norme di attuazione.
3. Le presenti norme hanno validità fino alla eventuale emanazione di nuove norme di programmazione comunale, comunque, per quanto compatibili, con le disposizioni di legislazione nazionale e regionale.



COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

**PROGRAMMA COMUNALE DELLE ATTIVITA' DI
SOMMINISTRAZIONE**

**PROGRAMMAZIONE PER IL RILASCIO E IL
TRASFERIMENTO DI AUTORIZZAZIONI PER
L'ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE**

Quadro normativo

Redattori :
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

Versione 3.1 – Agosto 2007

Quadro normativo di riferimento	pag. 3
Finalità delle misure programmatiche	pag. 5
Zonizzazione	pag. 5
Tipologie di zonizzazioni	pag. 6
Riferimenti normativi.	pag. 6

1- Quadro normativo di riferimento

La disciplina dei Pubblici Esercizi ha subito nel corso del 2006 una vera e propria rivoluzione, che ha dato vita ad un quadro normativo fortemente innovato sia dal legislatore nazionale che dal legislatore regionale.

Le basi poste per la precedente versione di questo elaborato, e in particolare per i pubblici esercizi, non rispondono più al dettato normativo e richiedono pertanto un ampio aggiornamento.

La Legge Regionale n. 5 del 18 maggio 2006 colma il vuoto normativo nel settore che perdurava dall'entrata in vigore del decreto Legislativo n. 114 del 31 marzo 1998, noto anche come Legge Bersani.

In particolare, per i pubblici esercizi, la nuova legge regionale pone rimedio alla mancata emissione del regolamento d'attuazione previsto all'art. 12 dalla Legge 287/91, atto normativo nazionale di riferimento per la disciplina dei pubblici esercizi prima della L.R. n. 5/2006.

La nuova legge regionale, ispirata alla valorizzazione del commercio nelle aree urbane e nei centri storici e alla incentivazione di aggregazioni di attività commerciali – artigianali – di servizi, meglio noti come Centri Commerciali Naturali, introduce la tipologia unica di pubblico esercizio, abbandonando così la vecchia classificazione che prevedeva quattro tipologie, con le autorizzazioni di tipo A, B, C,D, e include la regolamentazione dei pubblici esercizi nel più vasto settore del commercio.

In materia di programmazione la L.R. n. 5/2006, all'art. 22, fissa in sei mesi il termine entro il quale la Giunta Regionale deve fissare i criteri di rilascio delle autorizzazioni da parte dei Comuni, che a loro volta devono regolamentare la materia sul loro territorio entro il termine di ulteriori sei mesi.

Il cambiamento normativo della disciplina dei pubblici esercizi prosegue, nel corso del 2006, grazie al legislatore nazionale, che con il Decreto Legge del 4 luglio 2006 n. 223, noto anche come Manovra d'estate o anche Decreto Visco-Bersani e successivamente convertito in legge, introduce all'art. 3, nuove regole di tutela della concorrenza.

Infatti, ai sensi delle disposizioni dell'ordinamento comunitario e in ossequio all'art. 117 della Costituzione, le attività commerciali e di somministrazione di alimenti e bevande sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni:

(si riporta quanto di pertinenza del presente elaborato)

d) il rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale.

La norma conclude fissando il termine del 01.01.2007 entro il quale le regioni e gli enti locali hanno l'obbligo di adeguare la loro normativa.

Tale norma influenza in maniera decisiva le disposizioni successive, che la Giunta Regionale deve emanare in attuazione dell'art. 22 della L.R. 5/2006.

Il Legislatore regionale prosegue nella regolamentazione del settore del commercio, emanando la L.R. del 6 dicembre 2006, n. 17, che apporta modifiche alla L.R. 5/2006.

Infine il settore dei pubblici esercizi trova piena regolamentazione nell'emanazione delle direttive generali, così come richiesto dalla L.R. 5/2006.

Infatti la Regione Sardegna, con Deliberazione n. 54/3 del 28.12.2006, fissa i criteri generali che i comuni dovranno seguire per regolamentare sul loro territorio l'esercizio e la diffusione di attività di somministrazione di alimenti e bevande.

La misura fondamentale introdotta dalle direttive è l'assoluto divieto di inserire contingentamenti nell'attività di programmazione comunale delle attività di somministrazione di alimenti e bevande.

Vengono meno, così, i criteri fin qui utilizzati per determinare il numero di autorizzazioni rilasciabili (autorizzazioni esistenti, popolazione residente, flussi turistici, etc.) e assumono importanza criteri tesi a salvaguardare i centri storici e aree di particolare interesse, migliorare la qualità dei servizi offerti, favorire l'aggregazione di attività di diverso genere, migliorare la vivibilità dell'ambiente urbano.

2- Finalità delle misure programmatiche

I parametri di sviluppo da utilizzare devono pertanto perseguire i seguenti obiettivi:

1. Incentivare una distribuzione equilibrata del servizio e favorirne l'insediamento dove questo è carente.
2. Garantire la tutela del consumatore.
3. Favorire la nascita e lo sviluppo delle microimprese.
4. Garantire, accanto ai P.E., la coesistenza di altri tipi di attività attraverso forme di associazionismo.
5. Salvaguardare le aree di interesse presenti soprattutto nel Centro Storico.
6. Attuare una funzione calmierante per i canoni di locazione dei locali commerciali.

7. Migliorare i prezzi dei servizi erogati, creando un più equo rapporto qualità/prezzo che possa bloccare la tendenza al rialzo innescata anche dall'effetto Euro.
8. Garantire l'erogazione del servizio per tutto, o quasi, l'arco dell'anno.
9. Rivitalizzare la città di Alghero, migliorandone l'immagine di vera città turistica, in grado di accogliere e attirare i visitatori durante tutto l'arco dell'anno

Attraverso le misure enunciate nell'elaborato 3b e mutuando le direttive e le finalità della normativa regionale, l'Amministrazione Comunale di Alghero intende perseguire un doppio obiettivo:

- rilanciare lo sviluppo turistico della cittadina, garantendo ai numerosi visitatori una più ampia e miglior varietà di servizi offerti, avviando una riqualificazione delle aree storiche di maggior richiamo, anche in prospettiva di un allungamento della stagione turistica favorito dalla presenza sempre più massiccia di collegamenti aerei low-cost con l'Europa e dalle condizioni climatiche che da sempre sono una peculiarità di Alghero;
- salvaguardare la popolazione residente, le sue esigenze e i suoi diritti, offrendo alla stessa le migliori condizioni possibili di vivibilità dell'area urbana residenziale.

3- Zonizzazione

Ai fini della programmazione per il rilascio delle autorizzazioni di somministrazione di alimenti e bevande si individuano due macro zone del territorio comunale:

- 1) La porzione del centro abitato del Comune di Alghero, di seguito denominata Zona Centro Storico, è da intendersi comprensiva:
 - dell'area compresa nel perimetro della Z.T.L. (Zona a Traffico Limitato);
 - dell'area compresa nel perimetro della A.P.U. (Area Pedonale Urbana);
 - della via denominata "Lungomare Dante";
 - della via denominata "Lungomare Valencia".
- 2) La porzione denominata zona urbana ed extraurbana è individuata con il territorio comunale non ricompreso nel Centro Storico.

4- Tipologie di zonizzazione

Per la migliore applicazione del regolamento di cui al 3b, si utilizzeranno due diverse zonizzazioni, riguardanti:

- 1) - una di tipo generale, illustrata al precedente punto 3;
- 2) - una di tipo specifico, applicabile solo ed esclusivamente ai fini della determinazione dei limiti di inquinamento acustico.

5- Riferimenti normativi

Legislazione Nazionale

- Legge 25 agosto 1991 n. 287;
- Decreto Legge 4 luglio 2006 n. 223 convertito in Legge 6 agosto 2006 n. 248.
- T.U.P.L.S. – approvato con R.D. 779/1931 come riformato dal D.Lgs. 480/1994

Legislazione Regionale

- Legge Regionale 11 maggio 2006 n. 5;
- Legge Regionale 6 dicembre 2006 n. 17;
- Deliberazione della Giunta Regionale del 28 dicembre n. 54/3.



TESTO DELL'ELABORATO 3b) – allegato parte integrante del Piano Commerciale – così come approvato, previo emendamento, dal Consiglio comunale nella seduta del 03.10.2007, con atto n° 20.

COMUNE DI ALGHERO

SETTORE COMMERCIO

PROGRAMMA COMUNALE DELLE ATTIVITA' DI
SOMMINISTRAZIONE

**REGOLAMENTO PER IL RILASCIO E IL
TRASFERIMENTO DI AUTORIZZAZIONI PER
L'ATTIVITA' DI SOMMINISTRAZIONE**

Redattori :
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

Versione 3.1 – Agosto 2007

3b

PIANO COMMERCIALE

PREMESSA	PAG. 3
ARTICOLO 1 – DEFINIZIONE DI SOMMINISTRAZIONE	PAG. 3
ARTICOLO 2 – TIPOLOGIA UNICA DI ESERCIZIO APERTO AL PUBBLICO	PAG. 3
ARTICOLO 3 – ZONIZZAZIONE DEL TERRITORIO DEL COMUNE DI ALGHERO	PAG. 3
ARTICOLO 4 – NUOVE AUTORIZZAZIONI	PAG. 4
ARTICOLO 5 –RILASCIO AUTORIZZAZIONI EX ART. 22 C. 4 L.R. 5/2006	PAG. 4
ARTICOLO 6 – ATTI AMMINISTRATIVI	PAG. 5
Articolo 7 – Subingresso	pag. 7
Articolo 8 – Revoca dell’autorizzazione e sospensione dell’attività	pag. 7
ARTICOLO 9 – SUPERFICIE DELLE ATTIVITÀ DI SOMMINISTRAZIONE	PAG. 8
ARTICOLO 10 – DECORO SPAZI ESTERNI E INQUINAMENTO AMBIENTALE.	PAG. 9
Articolo 11 – Suolo pubblico e arredi esterni	pag. 9
Articolo 12 – Orario di attività	pag. 15
Articolo 13 – Pubblicità dei prezzi	pag. 15
Articolo 14 – Impatto acustico	pag. 15
Articolo 15 – Intrattenimento musicale	pag. 17
Articolo 16 – Centri Commerciali Naturali e promozione.	pag. 18
Articolo 17 – Sanzioni	pag. 19
CONCLUSIONI	PAG. 19

PREMESSA

Le misure di programmazione che seguono, sono fissate nel pieno rispetto delle norme richiamate nell'elaborato 3a, e sono ispirate dalle medesime finalità introdotte dalla recente legislazione regionale e nazionale.

Articolo 1 – Definizione di somministrazione

Si definisce somministrazione, la vendita di alimenti e bevande per il consumo sul posto, che comprende tutti i casi in cui gli acquirenti consumano i prodotti nei locali dell'esercizio o in una superficie aperta al pubblico, all'uopo attrezzati.

Articolo 2 – Tipologia unica di esercizio aperto al pubblico

Sulla base della normativa vigente gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande sono inseriti in un'unica tipologia.

Articolo 3 – Zonizzazione del territorio del Comune di Alghero

Ai fini della stesura dei criteri disciplinari sulle attività di somministrazione, si divide il Territorio del Comune di Alghero in 2 macro zone:

1 Zona Centro Storico – La porzione del centro abitato del Comune di Alghero, di seguito denominata Zona Centro Storico, è da intendersi comprensiva:

- dell'area compresa nel perimetro della Z.T.L. (Zona a Traffico Limitato);
- dell'area compresa nel perimetro della A.P.U. (Area Pedonale Urbana);
- della via denominata "Lungomare Dante";
- della via denominata "Lungomare Valencia".

2 Zona Urbana ed Extraurbana – coincidente con la restante parte del centro abitato esterno al Centro Storico e il restante territorio del Comune di Alghero.

La presente zonizzazione non si applica a quanto disposto, in tema di inquinamento acustico, dall'art. 14 del presente regolamento che prevede apposita zonizzazione.

Articolo 4 – Nuove autorizzazioni.

Nella programmazione comunale delle attività di somministrazione non è ammesso alcun contingentamento.

Articolo 5 – Rilascio autorizzazioni ex art. 22 comma 4 L.R. 5/2006

Sono escluse dai criteri di programmazione comunale le attività di somministrazione di alimenti e bevande da effettuare:

- a) – negli esercizi nei quali la somministrazione al pubblico di pasti o di bevande viene effettuata congiuntamente ad attività di spettacolo, intrattenimento e svago, in sale da ballo, sale da gioco, locali notturni, stabilimenti balneari, stabilimenti sportivi, cinema, teatri e altri esercizi similari, nonché in tutti i casi in cui l'attività di somministrazione è esercitata all'interno di strutture di servizio ed è in ogni caso ad esse funzionalmente e logisticamente collegata, sempreché la somministrazione di alimenti e bevande non sia svolta in forma economicamente prevalente rispetto all'attività cui è funzionalmente e logisticamente collegata; l'attività di intrattenimento e svago s'intende prevalente nei casi in cui la superficie utilizzata per il suo svolgimento è pari almeno ai tre quarti della superficie complessiva a disposizione, esclusi i magazzini, i depositi, gli uffici e i servizi, e la somministrazione di alimenti e bevande è effettuata esclusivamente nei confronti di chi usufruisce a pagamento dell'attività d'intrattenimento; non costituisce attività di spettacolo, intrattenimento e svago la semplice musica di accompagnamento e compagnia;
- b) nelle attività di somministrazione non aperte al pubblico di cui all'art. 24 della L.R. 5/2006. L'esercizio della somministrazione per tali attività (circoli privati) sarà disciplinato da apposita direttiva della Giunta Regionale (comma 4bis art. 24 L.R. 5/2006, come modificato da L.R. 17/2006);

- c) nelle attività soggette alle particolari disposizioni di cui all'art. 25 L.R. 5/2006, come modificato dalla L.R. 17/2006;
- d) nelle attività svolte in forma temporanea.

Articolo 6 – Atti amministrativi

Autorizzazione - L'apertura, il trasferimento e l'ampliamento di sede degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande aperti al pubblico, sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal comune.

Richiesta di autorizzazione

La richiesta di autorizzazione deve essere presentata o spedita tramite raccomandata A/R all'ufficio competente del Comune di Alghero.

La richiesta deve obbligatoriamente contenere i seguenti elementi:

a) - se Persona Fisica) - nome, cognome, luogo e data di nascita, residenza, nazionalità e codice fiscale;

- se **Società o persona Giuridica)** – denominazione o ragione sociale, sede legale, codice fiscale e/o partita IVA;

b) – certificazione o autocertificazione del possesso dei requisiti morali e professionali di cui all'articolo 2 della L.R. n. 5/2006;

c) – ubicazione dell'esercizio.

L'autocertificazione dovrà essere sottoscritta nelle forme previste dall'articolo 38 del D.P.R. n. 445/2000 ovvero alla presenza del dipendente addetto; è ammessa in alternativa l'allegazione di copia di un documento d'identità in corso di validità.

A far data dalla presentazione della richiesta, nel caso di cause di irregolarità o incompletezza della richiesta di autorizzazione, l'ufficio competente deve entro trenta giorni comunicare la presenza delle stesse al richiedente. Entro i trenta giorni successivi il richiedente dovrà regolarizzare o completare le cause oggetto della comunicazione ricevuta.

Allegati alla richiesta di autorizzazione

Alla richiesta di autorizzazione per l'apertura o il trasferimento delle attività di somministrazione devono essere allegati:

- a) - planimetria dei locali, in scala non inferiore a 1.100 con l'indicazione della superficie totale del locale e di quella destinata all'attività di somministrazione in mq., debitamente sottoscritta dal tecnico abilitato; dalle planimetrie, relative allo stato di fatto o al progetto, dovranno essere deducibili i requisiti di sorvegliabilità dei locali, per i quali è fatto integrale rinvio alle disposizioni stabilite dal Ministero degli Interni. Il Comune accerta la adeguata sorvegliabilità anche nel caso di locali oggetto di intervento edilizio per ampliamento;
- b) – la certificazione o autocertificazione di conformità urbanistico-edilizia e di agibilità dei locali ed inerente l'abbattimento delle barriere architettoniche oltre che la realizzazione di servizi igienici per disabili;
- c) – la documentazione idonea a comprovare la disponibilità del locale nel quale si intende esercitare l'attività di somministrazione di alimenti e bevande;
- d) – la capacità di affollamento, determinata secondo le modalità di cui al successivo articolo 9.

L'ulteriore documentazione sotto elencata :

- a) – certificato di prevenzione incendi in tutti i casi previsti dalla legge o la relativa istanza da inoltrare al Comando dei VVFF tramite l'ufficio competente del Comune;
- b) - la documentazione comprovante il rispetto della normativa in materia di impatto acustico;
- c) - eventuale richiesta di autorizzazione sanitaria per l'esercizio dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande che l'ufficio competente del Comune provvederà ad inviare alla ASL;

può essere presentata dal richiedente al Comune anche dopo il rilascio dell'autorizzazione comunale ma in ogni caso, obbligatoriamente, prima dell'inizio dell'attività che resta subordinata al rispetto delle vigenti norme, prescrizioni e autorizzazioni in materia edilizia, urbanistica ed igienico-sanitaria, di quelle sulla destinazione d'uso dei locali e degli edifici, nonché delle norme in materia di sicurezza e prevenzione incendi.

L'Amministrazione Comunale può richiedere ulteriori informazioni che possano essere utili alla programmazione.

Articolo 7 – Subingresso

Il trasferimento della gestione o della titolarità dell'esercizio del attività di Pubblico Esercizio è attuabile per atto tra vivi o per causa di morte e comporta la cessione dell'autorizzazione comprovata da atto avente data certa, nella forma richiesta dalla legge e sempre che il subentrante abbia i requisiti richiesti dalla normativa in vigore e che sia provato l'effettivo trasferimento dell'attività.

Nel caso di subingresso per causa di morte, il possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della L.R. 5/2006 deve essere dimostrato entro dodici mesi dalla morte del titolare dell'attività.

Il subingresso nella proprietà o nella gestione è soggetto a previa comunicazione all'ufficio competente del Comune e non implica il rilascio di una nuova autorizzazione.

Articolo 8 – Revoca dell'autorizzazione e sospensione dell'attività

La revoca dell'autorizzazione, ai sensi dell'art. 31 della L.R. 5/2006, avviene:

- a) – quando il titolare dell'autorizzazione, salvo proroga in caso di comprovata necessità e su motivata istanza, non attivi l'esercizio entro centottanta giorni dalla data di rilascio della stessa ovvero sospenda l'attività per un periodo superiore a dodici mesi;
- b) quando il titolare dell'autorizzazione non risulti più in possesso sei requisiti previsti dall'art. 2 della L.R. 5/2006;
- c) quando venga meno la sorvegliabilità dei locali; in tal caso la revoca è preceduta da un provvedimento di sospensione dell'attività per una durata non inferiore a tre giorni e non superiore a novanta giorni, termine entro il quale, salvo proroga in caso di comprovata necessità e previa motivata istanza, il titolare può ripristinare i requisiti mancanti;
- d) quando venga meno l'effettiva disponibilità dei locali nei quali è attivata l'azienda e non venga richiesta, da parte del proprietario dell'azienda, l'autorizzazione per il trasferimento in una nuova sede nel termine di sei mesi, salvo proroga in caso di comprovata necessità e previa motivata istanza;

- e) quando il titolare dell'autorizzazione non osservi i provvedimenti di sospensione dell'autorizzazione;
- f) quando in caso di subingresso non avvii l'attività nei termini previsti:

Articolo 9 – Superficie delle attività di somministrazione

Nello spirito dell'art. 7 della Delibera G.R. 54/3, al fine di garantire che i locali, comunque nel rispetto delle normative edilizio-urbanistiche e igienico-sanitarie, abbiano spazi adeguati e idonei ad assicurare la funzionalità della gestione, la razionalità del servizio e l'agevole movimento del personale e della clientela, l'Amministrazione Comunale introduce l'obbligo per chi dispone o disporrà di autorizzazione, di comunicare la **capacità di affollamento** del locale, espressa in numero massimo di persone (personale e clienti) ospitabili contemporaneamente .

Il parametro utilizzato per determinare il numero massimo di persone è presente nella normativa antincendio attualmente in vigore, e precisamente il *D.M. 30.11.1983 – Termini, definizioni generali e simboli grafici di prevenzione incendi* – che al punto 3 “ Affollamento – Esodo”, esprime la larghezza media di una persona in 0.60 metri lineari.

Pertanto un persona che ruota su se stessa occuperà uno spazio pari a 0.60 m.l. x 0.60 m.l., cioè 0.36 metri quadrati. Tale misura è intesa, ai fini del calcolo, come **densità unitaria**.

Ai fini del calcolo della superficie utile non si prendono in considerazione magazzini, depositi, uffici e servizi.

Per il calcolo della superficie utile del locale non si prende in considerazione lo spazio occupato dai tavoli.

Pertanto il dato richiesto scaturirà dalla seguente formula:

$$\frac{\text{superficie utile del locale (mq)}}{\text{densità unitaria (0.36 mq)}} = \text{capacità di affollamento (n. max di persone)}$$

Tale dato dovrà essere prodotto insieme agli allegati richiesti per il rilascio dell'autorizzazione, di cui al precedente articolo 6.

Le attività esistenti dovranno comunicare la capacità di affollamento entro il termine di tre mesi dall'entrata in vigore del presente Piano Commerciale.

Nel caso in cui la superficie del locale dovesse subire modifiche, in seguito a lavori di riduzione, ampliamento e/o ammodernamento, che comportino una conseguente variazione della capacità di affollamento, l'esercente è tenuto a comunicare la variazione all'ufficio competente entro il termine di trenta giorni dall'ultimazione dei lavori.

Il mancato rispetto del presente articolo comporta l'applicazione delle sanzioni previste da leggi e regolamenti vigenti.

Articolo 10 – Decoro spazi esterni e inquinamento ambientale

E' fatto obbligo agli esercenti attività di somministrazione, di mantenere pulito lo spazio antistante il locale, che dovrà essere dotato di raccoglitori di rifiuti proporzionati alla capacità di inquinamento ambientale dell'attività.

L'ampiezza dello spazio di pertinenza dell'attività è individuata come segue:

- nel caso di assenza di suolo pubblico in concessione - nel raggio di metri 4 a partire dalla porta d'ingresso;
- in presenza di suolo pubblico – lo spazio oggetto di concessione di utilizzo dello stesso.

Il mancato rispetto del presente articolo comporta l'applicazione delle sanzioni previste da leggi e regolamenti vigenti.

Articolo 11 – Suolo pubblico e arredi esterni per attività di somministrazione

11a) - Norme per l'arredo di suolo pubblico dato in concessione

1 - L'occupazione del suolo pubblico in strade, piazze e slarghi è consentita:

- a) dove ciò non risulti in contrasto con la tutela di edifici di interesse storico-artistico;
- b) quando non sia di ostacolo alla lettura del contesto architettonico-urbanistico, ambientale;
- c) quando non costituisca barriera architettonica per il transito veicolare e pedonale e all'accesso a stabili comunali, negozi, edifici di qualsiasi specie, sia pubblici che privati;

d) dove sia compatibile con le esigenze del transito pedonale e veicolare e nel rispetto del vigente Codice della Strada;

2 - Le attrezzature esterne di carattere precario e gli arredi di pertinenza di pubblici esercizi, collocati su suolo pubblico o di uso pubblico, devono avere carattere di provvisorietà, in quanto mantenibili in sito sino alla scadenza della concessione di suolo pubblico. Tali elementi dovranno possedere requisiti di agevole asportabilità e dovranno essere smontati almeno una volta nell'arco dell'anno solare per la manutenzione. Nessun elemento, di norma, potrà essere infisso nella pavimentazione, ad eccezione di strutture dotate di appositi innesti a scomparsa, con una modularità tale da non deturpare la pavimentazione.

3 - Nel caso di diverse occupazioni contigue, sarà necessario un coordinamento per garantire l'unitarietà dell'intervento nel medesimo ambito urbano, come piazze, vie d'accesso alla città. Le occupazioni con arredi di pubblici esercizi dovranno essere omogenee per superficie degli spazi e caratteristiche dei materiali, inoltre le concessioni interessanti lo stesso fronte dei fabbricati dovranno risultare allineate ed omogenee rispetto al fronte edificato. Pertanto la concessione in uso del suolo pubblico di slarghi o piazze avverrà esclusivamente tramite preventivo progetto organico ed unitario, all'interno del quale saranno dimensionati gli spazi in armonia e nel rispetto degli elementi d'arredo preesistenti, come zone alberate o inerbate, panchine corpi illuminanti etc.

4 - L'occupazione del suolo, ove consentita, è preferibile sul fronte del pubblico esercizio, e come criterio generale per la larghezza massima corrispondente al prolungamento del vano interno, dove ciò risulta possibile, onde evitare ostruzioni per accessi ad immobili e ad altre attività commerciali.

5 - Tra il corpo edilizio dell'esercizio commerciale e l'area interessata dalla occupazione di suolo pubblico dovrà essere garantita una superficie libera, minima, di larghezza pari a mt. 1,80 atta a consentire il passaggio pedonale. In caso di presenza di marciapiede di larghezza inferiore, questa è intesa sufficiente e necessaria al passaggio pedonale pertanto non è consentita l'occupazione del suolo pubblico. Nelle strade prive di marciapiede è consentita l'occupazione in aderenza al fabbricato nel caso in cui l'occupazione non sia

altrimenti realizzabile e non interessi fabbricati di valenza monumentale e comunque salvo approvazione degli uffici competenti.

6 - E' vietato accatastare arredi e attrezzature commerciali all'esterno dell'esercizio; questi dovranno essere immagazzinati all'interno del pubblico esercizio o in locali appositi, nei periodi di chiusura ivi comprese le notti.

7 - Nella Zona Centro Storico, e' vietato recingere e/o delimitare le aree mediante elementi orizzontali e verticali che modificano la percezione visiva dello spazio urbano e delle pavimentazioni, come pannelli, graticci, stuoie, tappeti, prati sintetici, pedane o simili. L'area sarà evidenziata con segnaletica orizzontale, mediante delimitazione dei vertici del suolo concesso con delle borchie metalliche (del tipo fornite dall'Ufficio competente) ancorate alla pavimentazione.

L'uso della pedana o di recinzioni è consentito nella zona Urbana ed Extraurbana, ad eccezione dei casi in cui è presente una pavimentazione di pregio. Nel caso di dehors con elementi paravento , almeno un lato dovrà essere aperto, preferibilmente il lato verso la struttura fissa del pubblico esercizio.

8 - Al fine di salvaguardare i beni monumentali e ambientali è fatto divieto dell'accostamento a edifici monumentali e di pregio di qualsiasi elemento di arredo urbano, sia esso un getta carta o una struttura precaria ombreggiante.

9 - E' fatto obbligo di rispettare gli elementi di arredo preesistenti. Occorre considerare quindi, che la presenza di un'aiuola, di un albero o di un corpo illuminante, considerati punti di forza di un sito, deve condizionare le scelte progettuali per il posizionamento di altri elementi di arredo. Nel caso di percorsi porticati o alberati l'occupazione potrà avvenire nella fascia compresa tra le colonne o le alberature, garantendo una distanza minima di mt. 1,50 dal pilastro o dal fusto.

10 - Tutte le occupazioni dovranno rispettare la normativa sulle barriere architettoniche e le disposizioni del Codice della Strada, e non dovranno essere di impedimento alla circolazione pedonale, garantendo, nelle zone di rilevanza storico-ambientale e nel caso in cui sussistano particolari caratteristiche geometriche della strada, una larghezza minima di percorso di almeno m.1,80.

11 - Eventuali elementi riscaldatori da posizionare durante la stagione invernale dovranno essere di tipo omologato nel rispetto delle norme vigenti, dovranno essere collocati entro lo spazio concesso per l'occupazione, e non dovranno intralciare o causare disturbo alla percorribilità pedonale.

12 - E' fatto obbligo, agli attuatori dell'intervento, di porre in opera un adeguato numero di contenitori porta rifiuti del tipo indicato dall'Amministrazione comunale alla cui manutenzione provvederà lo stesso esercente. La mancata manutenzione dei contenitori porta rifiuti comporterà la revoca dell'autorizzazione ad occupare il suolo pubblico.

13 - Nel Centro Storico, data la scarsa larghezza delle strade e la frequente presenza, negli spazi più ampi, di edifici di interesse storico artistico, si esclude l'uso di strutture poggianti sul suolo pubblico; è consentito esclusivamente l'uso di elementi amovibili, quali ombrelloni preferibilmente in struttura lignea e tela, tassativamente di color naturale ad un unico braccio.

14 - Negli spazi del Centro Storico, derivanti da sventramenti di origine bellica si potranno consentire strutture leggere, tipo gazebo metallico, che dovranno concorrere all'arredo e miglioramento di tutto il contesto spaziale, rapportandosi alla edificazione circostante in maniera da rappresentare elemento di ricucitura del tessuto urbano. La progettazione esecutiva dovrà essere eseguita di concerto con l'Ufficio Tecnico Comunale e dovrà ottenere l'approvazione da parte dell'Ufficio Tutela del Paesaggio, e/o del nulla osta della Soprintendenza ai B.B.A.A.P.P.S.A.E.

15 - Nelle strade dotate di marciapiede, qualunque sia l'ampiezza dello stesso, si esclude l'uso di tendoni, avvolgibili o fissi, con montanti infissi al suolo che abbraccino l'intero marciapiede. In alternativa si consiglia l'uso di ombrelloni.

Solo nei marciapiedi con misura superiore a mt. 3,5 sono consentite piccole strutture, metalliche, con copertura in tela limitata alla zona dei tavolini e tenuto conto delle distanze dettate dal Codice della Strada.

Queste strutture, che devono essere facilmente rimovibili, saranno consentite a titolo stagionale, per la durata della concessione del suolo ed in funzione degli elementi di seduta presenti, pertanto nella stagione invernale, in assenza di tavolini, dovranno essere rimosse.

11b) - Norme per la concessione di occupazione dello spazio pubblico

1 - Nei Bastioni e negli slarghi, deve essere mantenuta libera una fascia di 3 mt. per il percorso pedonale, la fascia libera dovrà attestarsi sul lato di pregio panoramico, ed in particolare per i bastioni nel lato verso mare.

2 - Nel Centro Storico, nelle strade con sezione \leq di mt . 5, non sarà concessa superficie per l'occupazione del suolo pubblico con tavolini e sedie per la somministrazione di alimenti e bevande.

3 - Nella Centro Storico, nelle strade con sezione $>$ di mt. 5 il suolo verrà concesso nel rispetto del Codice della strada e dei Regolamenti comunali vigenti.

11c) - Caratteristiche degli arredi per lo spazio pubblico dato in concessione

1 - Non sono ammessi, nell'ambito dell'occupazione del suolo pubblico, rivestimenti murali, quali cannicci, steccati, graticci, etc. e non è consentita l'esposizione di bandiere. Sarà invece consentito l'esposizione di menù su apposito cavalletto o struttura, sempre nell'ambito dell'occupazione del suolo pubblico, oppure apposita bacheca appesa al lato dell'ingresso di formato non superiore all' A3, orizzontale o verticale.

2 - Il materiale esposto esternamente non dovrà essere di ostacolo al passaggio dei pedoni e non deve inibire la vista di elementi architettonici o particolare decorativi degli edifici.

3 - Materiali e finiture. Per la realizzazione delle strutture ombreggianti è consentito l'uso di materiali che permettano una definizione dell'immagine riferita alla leggerezza e alla trasparenza. Dovranno quindi utilizzarsi sezioni degli elementi, strutturali, tecnologici e decorativi quanto più possibile ridotte, senza che ciò pregiudichi la stabilità strutturale. Per ribadire l'immaterialità del manufatto la copertura dovrà essere richiudibile quotidianamente in modo semplice e veloce.

Questo accorgimento consentirà inoltre di garantire una corretta manutenzione delle superfici esposte agli agenti esterni (sedimenti, foglie e guano di volatili),

nella convenienza sia dell'immagine complessiva urbana che della stessa singola attività.

4 - I colori. Per garantire un insieme armonico di tutti gli elementi esistenti nelle immediate prossimità (es. il colore dell'edificio o di una analoga struttura limitrofa a quella proposta) e progettati (es. le tende e la struttura), debbono essere dimostrate le scelte dei colori secondo le regole della complementarietà.

5 - Tavoli, sedie, ombrelloni, dovranno rispondere alle seguenti caratteristiche formali:

a) i tavoli e le sedie da collocare nelle piazze del Centro Storico dovranno essere realizzati in materiale naturale quale legno e vimini, o in ferro e ghisa, sono esclusi gli elementi in plastica. L'uso della plastica è consentito nella zona Urbana ed extra urbana con esclusione della colorazione bianca e delle imitazioni approssimative di materiali diversi.

b) gli ombrelloni dovranno avere struttura lignea o metallica e tenda parasole in tinta unita chiara nelle tonalità calde (bianco, avorio, ecrù) altre colorazioni sono consentite nel rispetto della complementarietà. Non è ammessa la stampa di scritte, simboli e pubblicità sulla tenda parasole ad eccezione del logo del pubblico esercizio concessionario del suolo pubblico.

11d) - Documentazione a corredo della richiesta di occupazione del suolo pubblico e dell'arredo dello spazio pubblico dato in concessione

A corredo della domanda di occupazione del suolo pubblico secondo il Regolamento ed in particolare per esporre arredi esterni a corredo di pubblici esercizi, dovrà essere allegato il progetto di allestimento da presentare all'ufficio competente.

11e) – Manutenzione

Per garantire il decoro pubblico il Concessionario è obbligato alla manutenzione degli elementi di arredo che espone; egli è obbligato, inoltre, alla pronta sostituzione in caso di deterioramento.

Il titolare è tenuto altresì alla pulizia dello spazio concesso per la durata della concessione stessa.

11f) – Adeguamento

Alle attività esistenti, che abbiano in essere una concessione di suolo pubblico, è fatto obbligo di adeguarsi al presente art. 11, entro e non oltre il termine di un anno dall'entrata in vigore del presente Piano Commerciale.

Le norme del presente art. 11 resteranno in vigore fino al momento in cui l'Amministrazione Comunale si vorrà dotare di uno specifico Piano dell'Arredo Urbano.

Il mancato rispetto del presente articolo comporta l'applicazione delle sanzioni previste da leggi e regolamenti vigenti.

Articolo 12 – Orario di attività

I limiti minimi e massimi degli orari di apertura e di chiusura dei pubblici esercizi, sono rimessi alla apposita determinazione sindacale adottata ai sensi di legge.

Articolo 13 – Pubblicità dei prezzi

Al fine di garantire la massima trasparenza e favorire la libera scelta del cliente, è fatto obbligo all'esercente di esporre in maniera chiara e leggibile il listino prezzi, sia all'interno che all'esterno del locale.

Sia per i servizi al banco che per quelli al tavolo dovrà essere data chiara informazione dei prezzi applicati per eventuali servizi aggiuntivi a pagamento.

Il mancato rispetto del presente articolo comporta l'applicazione delle sanzioni previste da leggi e regolamenti vigenti.

Articolo 14 – Impatto acustico

Nel rispetto della normativa nazionale vigente (Legge quadro sull'inquinamento acustico del 26 ottobre 1995 n. 447 e successive modifiche)

e secondo i criteri definiti dalla Deliberazione della G.R. n. 34/71 del 29 ottobre 2002 (Linee guida per la predisposizione dei Piani di classificazione Acustica dei territori comunali), si introducono limiti di immissione acustica, intesi come il valore massimo di rumore che può essere immesso dall'insieme delle sorgenti sonore presenti nell'ambiente, misurato in prossimità dei ricettori.

A tale scopo, in deroga a quanto previsto dall'Art. 3, il territorio del Comune di Alghero è suddiviso come segue:

Zona prevalentemente residenziale

Comprende il Centro Storico, gli Ospedali, il Cimitero e tutta la zona B come individuata dagli strumenti urbanistici. Per tale zona si determinano i seguenti limiti:

- (diurno dalle 6.00 alle 22.00) max. 55 .
- (notturno dalle 22.00 alle 6.00) max. 45 .

Valori limite assoluti di immissione – Leq in dB(A)

Zona Mista

Comprende la restante porzione del territorio del Comune di Alghero non ricompresa nella Zona Residenziale. Per tale zona si determinano i seguenti limiti:

- (diurno dalle 6.00 alle 22.00) max. 60 .
- (notturno dalle 22.00 alle 6.00) max. 50 .

Valori limite assoluti di immissione – Leq in dB(A)

Il mancato rispetto dei limiti di rumorosità introdotti dal presente articolo è soggetto alle sanzioni amministrative previste all'Art. 10 della Legge 447/95.

Fatto salvo quanto previsto dall'Art. 650 del Codice Penale per l'inosservanza di provvedimenti legalmente dati dall'autorità sanitaria per ragioni di igiene, la violazione del presente articolo è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma che va da euro 258,23 a euro 10.329,14.

Il persistente e ripetuto mancato rispetto dei limiti massimi di rumorosità di cui al D.P.C.M. 14.11.1997 comporta oltre alle sanzioni previste dalle vigenti leggi, la sospensione dell'attività rumorosa e della licenza o autorizzazione d'esercizio fino all'avvenuto adeguamento ai limiti fissati dal presente articolo.

Le norme del presente art. 13 resteranno in vigore fino al momento in cui l'Amministrazione Comunale si vorrà dotare di uno specifico Piano di Zonizzazione Acustica.

Articolo 15 – Intrattenimento musicale

A) - Per gli esercizi rientranti nella tipologia unica, le modalità di **intrattenimento musicale dal vivo** sono determinate come segue:

Zona Centro Storico – è consentito esclusivamente all'interno dei locali, mediante l'utilizzo di strumenti a corda e/o a fiato senza l'ausilio di amplificazione alcuna e potrà svolgersi entro:

- le ore 24.00 del periodo di vigenza dell'orario legale;
- le ore 23.00 del periodo di vigenza dell'orario solare.

Zona Urbana ed Extraurbana – è consentito anche all'esterno dei locali nel rispetto del limite d'orario fissato entro:

- le ore 01.00 del periodo di vigenza dell'orario legale;
- le ore 24.00 del periodo di vigenza dell'orario solare.

B) - Per gli esercizi individuati dall'art. 22 c. 4 della L.R. 5/2006 l'intrattenimento musicale dal vivo è ammesso con le seguenti modalità:

Zona Centro Storico - non è consentito lo svolgimento di intrattenimenti con musica dal vivo all'esterno dei locali, fatta eccezione per quelli effettuati esclusivamente con l'ausilio di strumenti a corda e/o a fiato e senza amplificazione.

Il limite di orario è fissato entro:

- le ore 24.00 del periodo di vigenza dell'orario legale;
- le ore 23.00 del periodo di vigenza dell'orario solare.

L'intrattenimento svolto all'interno dei locali è permesso sino alle ore 02.00.

Zona Urbana ed Extraurbana – l'intrattenimento con musica dal vivo (svolto con le medesime tipologie di strumenti sopra indicate e senza amplificazione) all'esterno dei locali, è ammesso sino alle ore 01.00, mentre per intrattenimento svolto all'interno dei locali, si fissa il limite d'orario alle ore 03.00.

C) - L'intrattenimento musicale svolto negli esercizi di somministrazione della tipologia unica, con l'ausilio di apparecchi meccanici è consentito esclusivamente all'interno dei locali, nel rispetto dei seguenti limiti d'orario.

- entro le ore 24.00 per la zona Centro Storico;
- entro le ore 01.00 per la zona Urbana ed ExtraUrbana.

Per gli esercizi individuati dall'art. 22 c. 4 della L.R. 5/2006, è consentito lo svolgimento di attività di intrattenimento musicale con l'ausilio di apparecchi meccanici esclusivamente all'interno dei locali, nel rispetto dei limiti di orario previsti per la categoria di appartenenza all'art. 12 dei presenti criteri.

In ogni caso, lo svolgimento di intrattenimento musicale effettuato con l'ausilio di apparecchi meccanici, dovrà rispettare le prescrizioni contenute nella L. 447/4995 e nel D.P.C.M. 215/1999.

Il mancato rispetto del presente articolo comporta l'applicazione delle sanzioni previste da leggi e regolamenti vigenti.

Articolo 16 – Centri Commerciali Naturali

Nel pieno rispetto della normativa regionale, l'Amministrazione Comunale può promuovere e incentivare la creazione di centri commerciali naturali.

In ogni caso le misure di promozione e incentivazione possono essere dirette a forme di associazionismo che raggruppino attività di somministrazione, commerciali e artigianali e che decidano di svolgere la loro attività:

- in aree del Centro Storico poco servite e poste al di fuori dei principali flussi di traffico pedonale;
- in aree del centro urbano ed extraurbano scarsamente servite rispetto alla densità abitativa;
- in aree a forte vocazione turistica;
- in aree di servizio, anche portuale, laddove siano necessari servizi primari ai fruitori dei servizi;
- in aree di particolare valore ambientale;
- in aree di prossimo sviluppo turistico, in grado di garantire una equa distribuzione degli utenti.

Le misure di promozione adottate dall'Amministrazione potranno tradursi in:

- agevolazioni o esenzioni sulla fiscalità locale;
- orari di apertura e chiusura personalizzati;
- assistenza nell'istruttoria degli adempimenti amministrativi

e qualsiasi altra misura sia reputata idonea al perseguimento dello scopo.

Articolo 17 – Sanzioni

Per il mancato rispetto delle norme introdotte dal presente Piano Commerciale si applicheranno le sanzioni previste dalle leggi e regolamenti in vigore.

Conclusioni

Per quanto non previsto espressamente dai criteri che precedono, si rinvia alla normativa vigente.



COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

PIANO COMMERCIALE

4a

**PIANO PER LE RIVENDITE DI QUOTIDIANI E
PERIODICI**

**PIANO PER LE RIVENDITE DI QUOTIDIANI E
PERIODICI**

Redattori :
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

Versione 3.1 – Agosto 2007

PREMESSA	3
1 L'EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA SULLA VENDITA DI QUOTIDIANI E PERIODICI E IL D. LGS. N. 170/2001	4
2. ANALISI DELLA DIFFUSIONE DELLA STAMPA	5
3. ANALISI SULLE VENDITE DI QUOTIDIANI E PERIODICI.....	7
3.1- I quotidiani	7
3.2 - I settimanali	9
3.3 - I mensili.....	10
3.4 - I libri.....	11
4 IL PIANO DI SVILUPPO	12
4.1- Dati demografici e urbanistici	12
4.2 - Consistenza attuale della rete delle rivendite.....	13
4.3 - Istituzione nuovi punti vendita.....	14

PREMESSA

Il settore attraversa un momento di transizione, in attesa della approvazione della legge regionale di riassetto del sistema di vendita dei prodotti editoriali - giornali e riviste-; la Regione , infatti, dovrà emanare gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, come definiti dal D.Lgs n°170/01 in attuazione dell'art. 3 della legge 108/99. Di recente a livello normativo nazionale si è parlato di "liberalizzazioni", ma la libera vendita dei giornali dal disegno di legge "Bersani" è stato stralciato per divenire elemento di approfondimento all'interno della riforma dell'editoria.

Dalla fase di analisi è emerso un esubero del numero di rivendite esclusive in base ai parametri posti dalla normativa vigente, soprattutto nel centro e nella corona urbana, zona 1 e 2 della zonizzazione proposta ed allegata al presente Piano. Tali parametri in realtà potrebbero essere modificati in maniera incisiva dagli indirizzi regionali nel momento in cui verranno emanati, ma in questa fase di transizione si opererà nel rispetto della legge regionale n° 49/86 cercando di non vanificare le direttive della legge nazionale ovvero la legge 108/99 e il D.Lgs n°170/01.

Il presente strumento, dunque secondo la legge 108/99 e il D.Lgs n°170/01, ha l'obiettivo di definire un nuovo sistema di vendita dei prodotti editoriali sul territorio, articolato in punti di vendita esclusivi e punti di vendita non esclusivi, mediante il rilascio di autorizzazioni anche a carattere stagionale .

1 L'EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA SULLA VENDITA DI QUOTIDIANI E PERIODICI E IL D. Lgs. N. 170/2001

I piani di localizzazione dei punti ottimali di vendita di giornali e riviste sono stati introdotti , nel campo della programmazione e pianificazione comunale del settore della distribuzione, attraverso la cosiddetta legge sull'editoria, la n° 416 del 5/08/1981.

In realtà il processo di decentramento amministrativo che aveva interessato gli anni '70 aveva già compreso il settore della diffusione della stampa nel novero delle funzioni delegate dallo Stato a Regioni e Comuni. Il D.M. 24/07/77 assegnava infatti alla Regione "l'esercizio delle funzioni amministrative relative ... alle rivendite di giornali e riviste" e al Comune "le funzioni amministrative relative ... all'autorizzazione alla rivendita di giornali e riviste", ma è stata la legge sull'editoria che ha definito meglio tali competenze chiarendo che la Regione doveva elaborare gli indirizzi di programmazione che il Comune doveva perseguire nello svolgimento delle proprie funzioni in materia, fra le quali, appunto, le predisposizioni dei Piani di Localizzazione e il rilascio delle autorizzazioni. In seguito il decreto legislativo 24 aprile 2001 n° 170 "Riordino del sistema di diffusione della stampa quotidiana e periodica ...", che ha abrogato l'articolo 14 della legge 416/81 con il quale venivano dettate norme per la pianificazione di punti di vendita, ha specificato i principi per la disciplina delle Regioni, delle modalità e condizioni di vendita della stampa quotidiana e periodica e ha attribuito alle Regioni la competenza ad emanare gli indirizzi per la predisposizione da parte dei Comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi.

L'emanazione di tale decreto è stata preceduta da una fase di sperimentazione di nuove forme di vendita di giornali quotidiani e periodici, i punti di vendita non esclusivi, sulla base di quanto previsto dalla legge 13 aprile 1999 n° 108, al fine di diffondere sempre di più la stampa e quindi l'informazione nel nostro Paese.

La Regione Sardegna risulta ancora inadempiente nell'emanazione dei suddetti indirizzi pertanto si procederà come enunciato in premessa nel rispetto della normativa regionale vigente con l'obiettivo di non vanificare i principi della normativa nazionale.

Il rilievo culturale e il risvolto sociale che assume la diffusione della stampa periodica hanno consigliato l'assunzione di quelle iniziative che favorissero l'attenzione alle problematiche del settore e ne consentissero un organico sviluppo.

In relazione ai contenuti del Decreto legislativo 24 aprile 2001 n. 170 e della legge Regionale 15 luglio 1986, n.49, il Piano di localizzazione di punti di vendita di giornali e riviste:

- a) rileva la consistenza della rete di vendita di giornali e riviste e la relativa distribuzione territoriale;
- b) analizza la dinamica recente in relazione a determinati parametri urbanistici, economici e demografici;
- c) stabilisce la localizzazione dei punti ottimali di vendita indicando le previsioni di nuove aperture anche attraverso la fissazione dei limiti di distanza.

Nella pratica di attuazione del punto c), il Piano tiene conto delle caratteristiche urbanistiche del territorio comunale, nel duplice aspetto delle destinazioni d'uso del suolo e della struttura della rete delle comunicazioni.

2. ANALISI DELLA DIFFUSIONE DELLA STAMPA

Le profonde trasformazioni sociali ed economiche che hanno caratterizzato la società italiana negli ultimi decenni hanno determinato importanti cambiamenti anche sul piano culturale.

Ci forniscono indicazioni su questo argomento le indagini campionarie svolte periodicamente dall'Istat e da altri organismi e centri di ricerca, che consentono di ricostruire l'evoluzione dei comportamenti e delle preferenze della popolazione e di disporre di informazioni analitiche sui vari aspetti della domanda e conseguentemente dell'offerta dei "media". In questa sede parleremo delle analisi di quello che è probabilmente uno degli aspetti centrali della moderna cultura di massa: le letture.

In questo senso editori e pubblicitari aderenti ad alcuni organismi di categoria hanno dato vita fin dal 1976 ad una iniziativa di certificazione dei dati di diffusione della stampa, cui negli anni hanno aderito un numero sempre maggiore di case editrici: i certificati A.D.S. (Accertamento Diffusione Stampa) costituiscono quindi una fonte statistica primaria, sia per chi vuole analizzare i fenomeni culturali del Paese, sia per coloro che nella stampa devono intervenire economicamente.

I dati forniti dall'A.D.S., tuttavia, non possono dare un quadro completo della diffusione complessiva di quotidiani e periodici, perché derivano dall'adesione volontaria delle testate alle procedure di accertamento previste.

Attraverso alcune di queste analisi si è riscontrato che all'aumento del reddito pro capite e alla elevazione dei tassi d'istruzione si è accompagnato, da principio, un incremento del fenomeno "lettura" mentre, negli ultimi anni, si è registrato un calo dei lettori e di conseguenza della diffusione dei quotidiani. Se nel 1965 solo la metà degli italiani poteva definirsi "lettori", nel 1973 il rapporto saliva ai 2/3, ai 3/4 nel 1984 per raggiungere nel 1990 il picco con più dei 3/4 della popolazione. Dalla metà degli novanta ad oggi si assiste invece ad un cambiamento di tendenza con un costante calo della diffusione dei quotidiani.

La costante crescita di lettori, e conseguentemente della diffusione dei giornali, che si è registrata fino all'inizio degli anni novanta trova la sua spiegazione nella posizione di arretratezza economica nella quale l'Italia si è trovata fino a qualche decennio fa rispetto alle altre nazioni europee culturalmente ed economicamente sviluppate. L'aver colmato, almeno in parte, il divario esistente nei vari campi della vita sociale ed economica del Paese ha dunque prodotto benefiche influenze anche sul consumo culturale e, in particolare, sulle letture. Nel corso di tutti gli anni 80 in Italia i consumi culturali hanno avuto una crescita costante pur non raggiungendo le medie europee. Tuttavia in diverse zone della nostra penisola, e in particolare in quelle del sud Italia, margini di ulteriore sviluppo sono ancora possibili. Infatti da un'attenta analisi dei dati forniti sia dall'Istat che dagli altri centri di ricerca, emerge una propensione da parte degli italiani per l'uso dei "media" elettronici (televisione e radio) rispetto ai "media" a stampa, a riprova del fatto che non è la semplice presenza dei mezzi di comunicazione a tradursi automaticamente nel loro uso, ma che il loro impiego dipende dalla padronanza degli strumenti culturali necessari al loro governo.

Tuttavia il divario tra nord e sud si sta lentamente riducendo, dove la Sardegna però rientra nelle percentuali media del nord in quanto l'abitudine alla lettura è sempre stata radicata.

Le tendenze complessive manifestatesi nel corso degli ultimi decenni presentano un andamento abbastanza difforme tra i diversi settori della stampa (quotidiani, settimanali, mensili e libri), considerando i dati sulla diffusione editoriale.

Per il complesso dei quotidiani la seconda metà degli anni '90 e, in particolar modo, l'inizio del nuovo millennio segnano un certo regresso nella diffusione. Tra le ragioni di questo andamento dei quotidiani vanno sicuramente segnalati l'utilizzo sempre più frequente di Internet e l'aumento del prezzo di vendita intervenuto nel 2002 in concomitanza con il passaggio dalla lira all'euro. Non va inoltre trascurato il fenomeno della free-press: quotidianamente vengono infatti immessi sul mercato circa due milioni di copie di quotidiani gratuiti.

3. ANALISI SULLE VENDITE DI QUOTIDIANI E PERIODICI

L'interesse statistico per i fenomeni connessi alla lettura si è sviluppato negli ultimi decenni, sia con l'intento di cogliere un aspetto centrale del livello socio-culturale delle popolazioni, sia come strumento di orientamento delle strategie editoriali e pubblicitarie da parte degli operatori del settore. I dati disponibili permettono quindi di delineare un quadro abbastanza indicativo circa le caratteristiche e l'evoluzione recente del pubblico dei lettori, delle diverse formule (libri, giornali, periodici) e dei generi di lettura.

Anzitutto si possono trarre dalle indagini ad hoc svolte periodicamente dall'Audipress e dall'Istat alcune informazioni significative sulla diffusione e sulle caratteristiche delle persone che hanno una certa familiarità con la lettura.

3.1- I Quotidiani

L'edizione 2005 della ricerca dell'Audipress, l'organizzazione di ricerca composta da FIEG, UPA (aziende che investono in pubblicità), Assocomunicazioni e Unicom (agenzie pubblicitarie e di comunicazione), conferma che la lettura del giornale non fa parte delle abitudini quotidiane della maggior parte degli italiani: nel 2005 il 39.3% della popolazione dichiara di leggere il quotidiano tutti i giorni, contro il 40% del 2004, e il 64% della popolazione afferma di leggerlo almeno una volta la settimana.

Rispetto ad una media nazionale del 39% di lettori abituali di quotidiani rispetto alla popolazione, le regioni del Nord sono al di sopra della media (55% di lettori in Friuli e in Emilia-Romagna) con l'unica eccezione del Piemonte-Valle d'Aosta (nelle indagini le due regioni sono state accorpate) dove è stata rilevata una media del 37,5%, quasi

due punti al di sotto della media nazionale. Seguono le regioni del Centro con il 43%, dove i tassi più elevati di lettori si registrano in Toscana (51%), le isole con il 31% (il 46% registrato in Sardegna dove l'abitudine alla lettura del quotidiano è storicamente radicata) e infine il Sud con il 25,6%.

La percentuale di lettori abituali è maggiore nei centri capoluogo e nelle città medio-grandi (100.000-250.000 abitanti) dove raggiunge il 48% della popolazione complessiva. Confrontando tra loro i dati delle ultime rilevazioni Audipress con quelli delle indagini del 1997 emerge un evidente calo del numero dei lettori abituali residenti nelle grandi città. Tra le cause di questo calo non è da tralasciare l'impatto che hanno avuto sulle abitudini di lettura degli italiani i quotidiani gratuiti comparsi sul mercato che sono largamente diffusi nei grandi centri urbani.

La scomposizione socio-demografica dei lettori ci rivela che la lettura dei quotidiani è un'abitudine diffusa in prevalenza tra gli uomini, tra i quali i lettori abituali sono il 50% del totale contro poco meno del 30% delle donne.

La lettura più assidua è tipica degli adulti in età compresa tra 45-54 anni (44,9%), mentre risulta meno diffusa tra i giovani in età compresa tra i 14 e i 17 anni (32,8%) e tra le persone oltre i 65 anni (30,2%).

Tra i lettori, le percentuali più alte di persone che si dedicano alla lettura del quotidiano tutti i giorni si riscontrano tra i dirigenti, gli imprenditori, i liberi professionisti, i quadri, gli impiegati e i lavoratori in proprio, seguiti dai ritirati dal lavoro.

Nel panorama della stampa quotidiana vengono usualmente distinti diversi segmenti di testate di informazione, a seconda della distribuzione territoriale della diffusione e del taglio giornalistico: nazionale, interregionale, regionale-provinciale, economico e sportivo.

Dal Terzo Rapporto del Censis/Ucsi sulla comunicazione in Italia risulta che i giovani, di età compresa tra i 14 e i 30 anni, preferiscono leggere nei quotidiani le pagine di cronaca ad incrementare queste percentuali sono in prevalenza i ragazzi tra i 19 e i 24 anni e le donne. Il discorso cambia con lo sport, che i giovani nella fascia di età tra i 14 e i 18 anni mettono al primo posto. Le pagine sulla politica vengono lette principalmente dagli adulti. Seguono le pagine dello spettacolo/televisione, dell'economia/lavoro e degli esteri.

All'interno di questo quadro, emerge un forte segnale di cambiamento che va nella direzione del sistema multimediale. E' la cosiddetta "settimanalizzazione" dei quotidiani, che si caricano di più funzioni, da quella informativa a quella ricreativa.

3.2 - I Settimanali

Le tendenze del consumo di riviste sono per certi versi analoghe a quelle appena descritte per la stampa quotidiana, mentre per altri versi presentano un carattere di complementarità.

Tra i settimanali, quelli più diffusi sono sui programmi televisivi, sull'attualità, i femminili e quelli di informazione: nonostante mantengano da anni le prime posizioni, rispetto al 2001, si sono registrate variazioni negative rispettivamente del 4,8%, 3%, 10% e 4,4%. Il calo più significativo lo hanno avuto le riviste specializzate che hanno registrato una perdita del 29,6%.

I settimanali sono letti di più dalle donne che sfiorano il 70% nella fascia di età compresa tra i 25 e i 44 anni. L'andamento della lettura risulta crescente con l'età. Il picco è raggiunto tra i 25 e i 44 anni, mentre i giovani da 6 a 13 anni raggiungono il minimo, seguiti dagli anziani di 65 anni e oltre.

I livelli di lettura dei laureati sono più elevati di quelli delle persone con titoli di studio inferiori (71,5% rispetto al 36,7% delle persone con licenza elementare) ma tali differenze dipendono molto dall'età. Tale divario è di 34 punti percentuali tra le persone di 25-44 anni (71,8% di laureati rispetto il 37,8% di persone con licenza elementare), mentre tra gli ultra settantacinquenni risulta meno accentuato (61,4% dei laureati contro il 36,9% delle persone con licenza elementare o nessun titolo di studio).

Sono i direttivi, i quadri, gli impiegati, i dirigenti, gli imprenditori, i liberi professionisti ad avere i livelli di lettura più elevati rispetto alle persone in cerca di prima occupazione, a quelle in cerca di nuova occupazione e ai ritirati dal lavoro.

Relativamente all'età si può notare come l'interesse per i settimanali di informazione generale cresca al crescere dell'età, fino a raggiungere un picco nella classe 45-54 anni (60,9%), per poi ridiscendere nelle età più avanzate. I settimanali femminili sono

letti dalle persone più giovani, di 20-24 anni (39,4%) e di 18-19 anni (37,6%) mentre quelli sportivi riscuotono il maggior interesse tra i ragazzi di 15-17 anni (39,7%).

Rispetto agli anni precedenti sono cambiate le preferenze rispetto al tipo di settimanali letti: sono aumentate le donne e diminuiti gli uomini che leggono i settimanali di informazione, sono diminuiti i lettori di settimanali radiotelevisivi e di riviste femminili, mentre sono aumentati i lettori dei settimanali dedicati alla casa e all'arredamento.

3.3 - I Mensili

Le quote di mercato perse dal settore dei settimanali sono state ampiamente recuperate dal settore dei mensili, specializzati e di alta qualità. I dati relativi a questo segmento della diffusione confermano il successo di alcune nuove iniziative editoriali a carattere mensile che hanno determinato un parziale assorbimento delle quote delle testate settimanali in flessione. L'interesse verso le pubblicazioni mensili dimostra una maggiore attenzione verso prodotti editoriali più qualitativamente illustrati e completi dal punto di vista contenutistico, nonché proiettati ad un tipo di informazione sempre più attenta e critica nei confronti dell'evoluzione del costume, affrancati da intenti meramente cronachistici.

Crescono sensibilmente i periodici che si occupano di gastronomia, di arredamento e di architettura, di scienza e ambiente, di salute, di computer, di moda e di sport. In aumento anche le riviste che si occupano di animali, quelle specializzate e quelle rivolte al pubblico maschile e al pubblico giovanile .

La sezione delle pubblicazioni periodiche risulta il settore che si avvia ad assorbire una maggiore spesa, da parte delle famiglie, rispetto alla sezione dei libri, il cui consumo è, in effetti, modesto: quasi la metà degli italiani legge solamente da uno a tre libri l'anno. In compenso, però, la qualità è assai elevata, tra le migliori del mondo, ed è forse per questo che i testi di saggistica e di teatro mostrano una tiratura notevole.

Le riviste mensili sono lette dal 29,5% della popolazione di 6 anni e più. A differenza dei settimanali, i mensili e tutti i periodici in genere, vengono lette principalmente dagli uomini (31,3%) piuttosto che dalle donne (27,9%).

Gli uomini preferiscono la lettura dei periodici di informazione, seguiti da quelli che parlano di sport, di motori, di scienza e di tecnica, mentre le donne preferiscono leggere le riviste femminili, quelle specializzate per la casa e quelle relative alla salute e al benessere

Il maggior numero di lettori si riscontra tra gli adulti tra i 25 e i 44 anni e i giovani tra i 14 e i 24 anni.

Come per i settimanali, il periodico di informazione generale è il più letto (28%), seguono le riviste femminili (21,7%), quelle sportive (17,8%), quelle inerenti la salute e il benessere (17,8%), quelle che parlano di viaggi (16,2%) e quelle di motori (16,1%).

3.4 - I Libri

Considerando tutte le tipologie di lettori si è rilevato che il 60% della popolazione di 6 anni e più ha letto almeno un libro negli ultimi 12 mesi. Le donne leggono di più degli uomini: le lettrici sono infatti il 64,9% rispetto al 54,9% dei lettori. I romanzi italiani e quelli stranieri risultano i generi più letti (51,3%), seguiti dai libri di scienze umane (27,7%), dalle guide turistiche (26,2%), dai libri umoristici (23,5%) e dai libri gialli (22,9%). Più limitato l'interesse per la saggistica e i libri di storia e di arte, nonché per i manuali e i testi tecnici e scientifici.

Come prevedibile, anche tra i diversi generi di libri emergono notevoli differenze tra lettori e lettrici. Mentre gli uomini preferiscono la lettura di libri a fumetti, di arte, musica, fotografia e cinema, informatica, fantascienza e relativi a tempo libero e a hobby, le donne si dedicano maggiormente alla lettura di libri per la casa, sulla salute e sui bambini.

Relativamente all'età si constata che il romanzo, sia esso italiano o straniero, è ampiamente diffuso in tutte le classi di età dai 18 anni in poi.

Notevole successo ricevono i libri ricevuti in omaggio da periodici o quotidiani e i libri supereconomici con una preminenza di lettrici per entrambe le tipologie.

Le regioni del Sud sono quelle dove si concentrano le quote maggiori di lettori sia di libri ricevuti in omaggio da periodici o quotidiani che di libri supereconomici, a differenza delle regioni del Nord-est dove si registrano, per entrambe le tipologie, le percentuali più basse di lettori.

Nota

Si deve ricordare che, secondo l'accezione utilizzata dall'Istat, "lettori di quotidiani" sono coloro che leggono abitualmente almeno una testata alla settimana, "lettori di periodici" sono coloro che leggono abitualmente almeno un settimanale la mese o un periodico non settimanale al semestre, "lettori di libri" sono coloro che leggono abitualmente un libro all'anno. Appare chiaro che queste definizioni hanno una loro validità descrittiva, poiché fissano un aggregato complessivo di individui entro il quale risultano accomunati sia i lettori abituali veri e propri, sia quelli che, pur essendo del tutto esclusi dalla lettura, sono però essenzialmente lettori occasionali.

Inoltre i periodici si distinguono in "giornali d'informazione generale" e "altri periodici". I primi costituiscono una fonte d'informazione sugli avvenimenti di attualità d'ogni genere e comprendono i giornali che informano sugli avvenimenti delle ventiquattro ore precedenti la stampa e quelli che, pur riferendosi ad un periodo più lungo, per il loro carattere locale costituiscono una fonte d'informazione dello stesso tipo.

I secondi selezionano, riassumono o commentano notizie già riportate nei "giornali d'informazione generale", come ad esempio le riviste di attualità, oppure trattano materie specifiche di natura tecnica, letteraria, artistica, ecc.

4 IL PIANO DI SVILUPPO

4.1- Dati demografici e urbanistici

La città di Alghero si estende su una superficie di km² 224,4 con una densità demografica tra le più alte della provincia, 180,7 abitanti km² (dati Osservatorio provinciale sul Commercio). La popolazione residente, in base all'ultimo rilevamento Istat è stata quantificata in 40.562 persone, per superare la quota dei 50.000 con la popolazione fluttuante sulla città di Alghero e proveniente dai paesi limitrofi.

A tale dato vanno sommati i flussi turistici, che in questi ultimi anni grazie ai nuovi collegamenti aerei con i Paesi stranieri, sono incrementati notevolmente, anche oltre la stagione estiva, grazie alle caratteristiche climatiche favorevoli delle quali gode la città di Alghero.

Oltre al dato turistico si rileva che la presenza di sedi universitarie comporta un flusso di utenti, non quantificabile all'interno della popolazione residente, sia di studenti e sia di docenti.

Dal punto di vista urbanistico il possibile sviluppo della città, nelle more di un Piano Urbanistico ancora in itinere, si può ipotizzare sulla fascia interna che congiunge la località "Caragol" con la zona del "Carmine" per giungere al popoloso quartiere della "Pietraia".

Infine lo spostamento, alla fine degli anni novanta della sede Comunale Amministrativa nella zona a sud della città, denominata "Sant'Anna", ha comportato uno aumento dei flussi in quest'area, distane dalle principali vie d'accesso alla città, prima frequentata dai residenti e utenti delle poche strutture alberghiere presenti in zona.

4.2 - Consistenza attuale della rete delle rivendite

Il numero delle rivendite di giornali e riviste esclusive e non esclusive , attualmente operanti nel comune di Alghero è di 39, distribuite nelle diverse zone distinte per tipologia di attività secondo lo schema seguente:

Zona	Popolazione (ab.)	Esclusive	Non Esclusive	Fisse	Stagionali
1 centro	5.357	7	1	8	0
2 corona Urbana	29.545	9	6	14	1
3 Agro e borgate	7.154	0	8	3	5
4 Zone Turistiche	1.124	2	6	2	6

Bisogna evidenziare, però, che in seguito all'emanazione della legge 108/99 si è registrato gran numero di richieste di autorizzazioni sperimentali. In base a questi dati, la distribuzione delle rivendite risulta la seguente:

Zona	Popolazione (ab.)	Esclusive	Non Esclusive	Fisse	Stagionali	Sperimentali
1 centro	5.357	7	1	8	0	10
2 corona Urbana	29.545	9	6	14	1	7
3 Agro e borgate	7.154	0	8	3	1	2
4 Zone Turistiche	1.124	2	6	2	6	3

Nei dati sopra espressi si evince che la rete attuale risulta in esubero rispetto ai parametri posti dalla normativa regionale, ma rispetto alla normativa nazionale si registra una regolarità di distribuzione delle rivendite (tav. 4a.1 in allegato).

Si evidenzia comunque, in virtù dei dati demografici e urbanistici di cui al precedente punto 4.1 la necessità di servire alcune aree, con nuove autorizzazioni o con spostamenti di licenze attuali.

4.3 - Istituzione nuovi punti vendita

In seguito all'analisi precedentemente esposta e nonostante i dati relativi alle vendite delle principali testate di quotidiani e periodici degli ultimi due anni (2005/2006), nella città di Alghero (dati Centro Diffusione Stampa), rispecchino la flessione nelle vendite rilevata a livello nazionale, il Piano prevede la modifica e l'ampliamento della rete di distribuzione.

Pertanto nelle parti del territorio comunale, commercialmente interessanti ai fini diffusionali del servizio informativo, e non provviste adeguatamente di punti vendita di quotidiani e periodici, sono previste tre nuovi punti vendita di tipo esclusivo.

Dai rilevamenti effettuati sugli andamenti delle vendite e dall'analisi delle modifiche urbanistiche nell'area urbana, sono dunque stati individuati come commercialmente interessanti i seguenti settori:

zona 1 Centro	porto	1 punto vendita
Zona 2 Corona urbana	San Michele- Sant' Anna	1 punto vendita
	Zona del Carmine	1 punto vendita

Nella localizzazione puntuale delle nuove rivendite sul territorio comunale, da effettuarsi attraverso un bando pubblico nei termini di legge, potranno essere favorite le richieste di trasferimento da parte di rivendite esistenti, sempre nel rispetto delle distanze stabilite nelle norme di attuazione di cui all'elaborato 4b.

Normativa di riferimento:

Legge regionale 15/07/ 1986 n° 49

Legge 13704/ 1999 n° 108

D.Lgs 24/04/2001 n°170



PIANO COMMERCIALE

4b

COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

**PIANO PER LE RIVENDITE DI QUOTIDIANI E
PERIODICI**

**NORME DI ATTUAZIONE PER LE RIVENDITE DI
QUOTIDIANI E PERIODICI**

Redattori :
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

Versione 3.1 – Agosto 2007

PREMESSA	3
-----------------------	----------

NORME DI ATTUAZIONE	4
----------------------------------	----------

Articolo 1 - Elementi normativi	4
Articolo 2 - Competenze del Comune	4
Articolo 3 - Ripartizione in zone	4
Articolo 4 - Consistenza attuale della rete delle rivendite	4
Articolo 5 - Autorizzazione amministrativa	5
Articolo 6 - Deroghe	5
Articolo 7 - Esercizio dell'attività	6
Articolo 8 - Superfici minime di vendita	6
Articolo 9 - Subingresso	6
Articolo 10 - Trasferimenti e piccoli spostamenti	6
Articolo 11 - Ampliamenti	7
Articolo 12 - Istituzione nuovi punti vendita	7
Articolo 13 - Distanze minime tra rivendite	7
Articolo 14 - Procedure per il rilascio di nuove autorizzazioni	7

PREMESSA

Il settore attraversa un momento di transizione, in attesa della approvazione della legge regionale di riassetto del sistema di vendita dei prodotti editoriali - giornali e riviste-; la Regione , infatti, dovrà emanare gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, come definiti dal D.Lgs n°170/01 in attuazione dell'art. 3 della legge 108/99. Di recente a livello normativo nazionale si è parlato di "liberalizzazioni", ma la libera vendita dei giornali dal disegno di legge "Bersani" è stato stralciato per divenire elemento di approfondimento all'interno della riforma dell'editoria.

Dalla fase di analisi è emerso un esubero del numero di rivendite esclusive in base ai parametri posti dalla normativa vigente, soprattutto nel centro e nella corona urbana, zona 1 e 2 della zonizzazione proposta ed allegata al presente Piano. Tali parametri in realtà potrebbero essere modificati in maniera incisiva dagli indirizzi regionali nel momento in cui verranno emanati, ma in questa fase di transizione si opererà nel rispetto della legge regionale n° 49/86 cercando di non vanificare le direttive della legge nazionale ovvero la legge 108/99 e il D.Lgs n°170/01.

Il presente strumento, dunque secondo la legge 108/99 e il D.Lgs n°170/01, ha l'obiettivo di definire un nuovo sistema di vendita dei prodotti editoriali sul territorio, articolato in punti di vendita esclusivi e punti di vendita non esclusivi, mediante il rilascio di autorizzazioni anche a carattere stagionale .

Il "Piano per le rivendite di quotidiani" e periodici sarà di seguito nominato Piano.

NORME DI ATTUAZIONE

Articolo 1 - Elementi normativi e ambito di applicazione

1. In attesa della approvazione della legge regionale di riassetto del sistema di vendita dei prodotti editoriali - giornali e riviste-; il presente documento verrà redatto ai sensi dell'art.2 della L.r. n. 49 del 15/07/1986, vigente. La Regione, infatti, dovrà emanare gli indirizzi per la predisposizione da parte dei comuni dei piani di localizzazione dei punti di vendita esclusivi, come definiti dal D.Lgs n°170/01 in attuazione dell'art. 3 della legge 108/99.
2. Ai sensi dell'art. 6 del D.Lgs n°170/01, il presente Piano rimane in vigore fino alla prossima emanazione da parte della Regione degli indirizzi programmatici sopra citati, e comunque per non più di 48 mesi a decorrere dalla di approvazione.
3. Si farà luogo a revisione del presente piano qualora ciò si renda necessario, per adeguarlo a sopraggiunte e sostanziali modificazioni dello specifico contesto normativo dello stato della rete distributiva.
4. Ai sensi degli articoli 1 e 2 del decreto n. 170/2001 i punti di vendita di *quotidiani e periodici* sono distinti in *esclusivi e non esclusivi*.

Articolo 2 - Competenze del Comune

1. Rientrano nelle competenze del comune le seguenti autorizzazioni:
 - a - apertura di nuovi punti di vendita a posto fisso,
 - b - subentro nella gestione,
 - c - subentro nella titolarità di un punto vendita,
 - d - trasferimento di un punto vendita,
 - e - spostamento di un punto vendita,
 - f - ampliamento di un punto vendita,
 - g - vendita stagionale di quotidiani e periodici,
 - h - vendita ambulante di quotidiani e periodici nei casi previsti dalla L.r. n. 49/86.
2. Le autorizzazioni vengono rilasciate dal Dirigente competente

Articolo 3 - Ripartizione in zone

1. In base all'art. 3 della L.r. n.49/86 il territorio comunale è diviso nelle seguenti zone:

Zona 1	Centro (zona A e parte della zona B del P.R.G. vigente)
Zona 2	Corona urbana (parte zona B e zona c del P.R.G. vigente)
Zona 3	Agro e Borgate (zona E e parte zona C del P.R.G. vigente)
Zona 4	zone turistiche (zona F e parte zona B (Lido) del P.R.G. vigente)

Articolo 4 - Consistenza attuale della rete delle rivendite

Il numero delle rivendite di giornali e riviste esclusive e non esclusive , attualmente operanti nel comune di Alghero è di 39, distribuite nelle diverse zone distinte per tipologia di attività secondo lo schema seguente:

Zona	Popolazione (ab.)	Esclusive	Non Esclusive	Fisse	Stagionali
1 centro	5.357	7	1	8	0
2 corona Urbana	29.545	9	6	14	1
3 Agro e borgate	7.154	0	8	3	5
4 Zone Turistiche	1.124	2	6	2	6

Bisogna evidenziare, però, che in seguito all'emanazione della legge 108/99 si è registrato gran numero di richieste di autorizzazioni sperimentali. In base a questi dati, la distribuzione delle rivendite risulta la seguente:

Zona	Popolazione (ab.)	Esclusive	Non Esclusive	Fisse	Stagionali	Sperimentali
1 centro	5.357	7	1	8	0	10
2 corona Urbana	29.545	9	6	14	1	7
3 Agro e borgate	7.154	0	8	3	1	2
4 Zone Turistiche	1.124	2	6	2	6	3

Nei dati sopra espressi si evince che la rete attuale risulta in esubero rispetto ai parametri posti dalla normativa regionale, ma rispetto alla normativa nazionale si registra una regolarità di distribuzione delle rivendite (tav. 4a.1 in allegato).

Si evidenzia comunque la necessità di servire alcune aree, con nuove autorizzazioni o con spostamenti di licenze attuali.

Articolo 5 - Autorizzazione amministrativa

- 1 L'autorizzazione di cui al comma 2, art. 2 del d.leg. n. 107/01, è rilasciata di diritto agli esercizi che hanno effettuato la sperimentazione ai sensi dell'art. 1 della legge 108/99. Al riguardo è sufficiente, ai fini del possesso del presupposto richiesto, l'aver inviato all'Amministrazione, la comunicazione prevista dall'art. 1, comma 2 della citata legge 108/99, con la quale gli esercizi interessati indicavano le tipologie di prodotto editoriale prescelto per la vendita.
- 2 L'autorizzazione per la rivendita di giornali e riviste per nuovi punti vendita di cui al successivo art. 12 e' rilasciata a seguito di apposito concorso pubblico per titoli per ogni punto ottimale di vendita entro i limiti e nel rispetto di quanto stabilito dalla normativa nazionale e regionale per quanto applicabile.
- 3 Per il rilascio della stessa autorizzazione per l'esercizio dell'attività all'interno di una struttura edilizia il locale deve avere la destinazione d'uso commerciale.
- 4 Il progetto per la realizzazione di un chiosco per la rivendita di giornali e riviste non può essere approvato, e l'occupazione del suolo pubblico non può essere autorizzata se l'ubicazione richiesta non e' compatibile con le esigenze della viabilità e traffico degli automezzi e delle persone.
- 5 Ai sensi dell'art. 2, comma 5, del d.lgs n. 170, il rilascio dell'autorizzazione per l'esercizio di un punto non esclusivo di vendita è subordinato alla presentazione da parte dell'interessato al comune, di una dichiarazione di ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 1, comma 1, lett. d – bis, n n. 4, 5, 6, e 7 della legge n. 108/99.

Articolo 6 - Deroghe

- 1 All'interno delle strutture portuali, della stazione delle Ferrovie dello Stato, dei Presidi Ospedalieri pubblici, di strutture alberghiere, dei centri commerciali, delle medie strutture di vendita organizzate in più reparti in relazione alla gamma di prodotti trattati con superficie di vendita di almeno 700 mq qualora l'Ente che li gestisce ritenga di doversi installare punti di vendita di giornali e riviste, l'autorizzazione amministrativa verrà rilasciata, in deroga al presente piano e senza procedure concorsuali, alla persona alla quale sono stati dati i locali in concessione a tal fine, e che possieda tutti i requisiti prescritti dalla normativa vigente.
- 2 Tale autorizzazione sarà valida fino alla data in cui avrà termine la concessione e non potrà essere trasferita al di fuori delle suddette aree e locali.
- 3 Possono inoltre essere autorizzate all'esercizio di un punto di vendita non esclusivo art. 2 del D.Lgs n°170/01:
 - a) Le rivendite di generi di monopolio.
 - b) Le rivendite di carburanti con superficie minima di mq. 1500.
 - c) I bar inclusi gli esercizi posti nell'area aeroportuale e marittima, esclusi altri punti di ristoro, ristoranti, rosticcerie e trattorie.

- d) Le strutture di vendita come definite dall'art. 4 comma 1 lettera e), f) e g) del D.lgs 114/ 98, con superficie minima di mq. 700.
- e) Gli esercizi adibiti alla vendita di libri e prodotti equiparati con superficie minima di mq. 120.
- f) Gli esercizi a prevalente specializzazione di vendita, con esclusivo riferimento alla vendita di riviste di identica specializzazione.
- g) Strutture pubbliche o private in cui la vendita è rivolta unicamente al pubblico che ha accesso a tali strutture.

Articolo 7 - Esercizio dell'attività

- 1 L'autorizzazione amministrativa di cui al precedente art. 5 costituisce il titolo per la gestione della rivendita di giornali e riviste da parte del titolare in una definita e individuata localizzazione, ed è disciplinata dall'art. 10 della L. R. 49/86.

Articolo 8 - Superfici minime di vendita

- 1 Le superfici minime delle rivendite di giornali e riviste esclusive sono stabilite come segue:
 - a) mq 30 – nel caso di rivendite ubicate all'interno di strutture edilizie,
 - b) mq.20 - nel caso di rivendite ubicate in chiosco.
- 2 Se l'attività di rivendita di giornali e riviste non esclusive viene svolta in locali dove vengono esercitate altre attività commerciali, la superficie minima di vendita per giornali e riviste è stabilita in mq. 15, in aggiunta alle superfici destinate all'attività commerciale o di somministrazione.

Articolo 9 - Subingresso

- 1 Il subingresso, trasferimento, l'affidamento in gestione a terzi, il rilascio di autorizzazione alle persone giuridiche, il rilascio di più autorizzazioni a persone fisiche è consentito ai sensi dell'art. 9, comma 2, del d lgs n. 170/2001.
In ogni caso , il subentrante o gestore deve possedere i requisiti di cui al D. Lgs. 114/98.

Articolo 10 - Trasferimenti e piccoli spostamenti

- 1 Sono autorizzati al trasferimento del proprio punto vendita nell'ambito della stessa zona, come da art. 3 del presente Piano, nel rispetto della distanza minima di 700 mt.. da analogo punto vendita.
- 2 Allo scopo di garantire la massima ottimizzazione della localizzazione dei punti vendita, è altresì consentito il piccolo spostamento in un raggio di 50 m. dalla precedente posizione e in ogni caso sempre all' interno della stessa zona di cui all'art. 3 del presente Piano.
Le localizzazioni rese libere a seguito dello spostamento di cui ai precedenti commi cessano, conseguentemente di esistere.
- 3 Per i trasferimenti e per gli spostamenti di cui al presente articolo i richiedenti devono aver ottenuto l'autorizzazione per l'occupazione del suolo pubblico e l'approvazione del progetto per la costruzione del chiosco; quando il trasferimento e lo spostamento vengono richiesti per un locale occorre che questo abbia la destinazione d'uso commerciale.
- 4 I punti di vendita non esclusivi, nella natura della loro autorizzazione, questi non possono essere mai trasferiti né ceduti disgiuntamente dall'attività principale.

Articolo 11 - Ampliamenti

- 1 Le domande di ampliamento dei punti vendita alloggiati in un chiosco ubicato in vie o piazze sono accolte qualora il richiedente abbia ottenuto l'autorizzazione per l'occupazione di suolo pubblico e l'approvazione del progetto.
- 2 Per gli ampliamenti di superficie di punti vendita alloggiati all'interno di strutture edilizie non occorre autorizzazione ma l'interessato dovrà darne comunicazione al comune entro 30 giorni, dando dimostrazione della destinazione d'uso del locale ampliato e producendo relativa planimetria.

Articolo 12 - Istituzione nuovi punti vendita

- 1 Nelle parti del territorio comunale, commercialmente interessanti ai fini diffusionali del servizio informativo, e non provviste adeguatamente di punti vendita di quotidiani e periodici, il Dirigente competente può rilasciare una autorizzazione indipendentemente dal numero di abitanti residenti nelle zone considerate.
- 2 Dai rilevamenti effettuati sugli andamenti delle vendite e dall'analisi delle modifiche urbanistiche nell'area urbana, sono stati individuati come commercialmente interessanti i seguenti settori:

zona 1 Centro	porto	1 punto vendita
Zona 2 Corona urbana	San Michele- Sant' Anna	1 punto vendita
	Zona del Carmine	1 punto vendita
- 3 La localizzazione puntuale e la tipologia, chiosco o locale in muratura, delle nuove rivendite sul territorio comunale, entro sei mesi dall'approvazione del presente Piano, è fissata con provvedimento della Giunta Municipale.

Articolo 13 - Distanze minime tra rivendite

- 1 I nuovi punti vendita esclusivi possono essere autorizzati solo nel rispetto della distanza minima di 700 metri dalla rivendita più vicina.
- 2 Detta distanza va rilevata da tecnici dell'amministrazione e verrà misurata sulle pubbliche vie in linea retta tra i due ingressi più vicini lungo il più breve percorso possibile e non considerando le eventuali opere precarie eventualmente esistenti su aree pubbliche.

Articolo 14 - Procedure per il rilascio di nuove autorizzazioni

- 1 Entro sei mesi dalla localizzazione dei nuovi punti ottimali di vendita stabilita dalla Giunta Municipale ai sensi dell'art. 12, deve essere approvato il bando di concorso per il rilascio delle autorizzazioni.
- 2 Il bando è approvato con provvedimento della Giunta Municipale. Nel bando devono essere indicate le localizzazioni interessate, i requisiti, i termini per la presentazione delle domande ed i criteri di valutazione delle stesse. Il termine per la presentazione delle domande non deve essere superiore a 60 giorni né inferiore a 30 giorni.
- 3 A parità di punteggio, per il rilascio dell'autorizzazione amministrativa verrà seguito l'ordine cronologico di presentazione delle domande rappresentato dall'attestazione del timbro postale apposto sul plico.
- 4 I vincitori del concorso, entro il termine che verrà fissato dall'Amministrazione, dovranno produrre la planimetria del locale, scala 1:100 quotata e la planimetria del punto vendita, scala 1:2000 con indicata la localizzazione del punto vendita, firmate da un tecnico iscritto all'albo; gli

stessi devono attivare l'esercizio entro sei mesi dall'acquisizione dell'autorizzazione amministrativa salvo proroga rilasciata dal Dirigente competente che può essere concessa solo se il ritardo non è dovuto a fatto loro imputabile.

- 5 Se la graduatoria comprende un numero di richiedenti superiore a quello dei punti vendita messi a concorso e taluno dei vincitori rinuncia o vi decade o , per qualsiasi altra causa, non inizia o cessa l'attività, l'amministrazione rilascerà in sostituzione di esso l'autorizzazione per il punto vendita al richiedente che in graduatoria segue immediatamente i vincitori. Tale facoltà potrà comunque essere esercitata, non oltre 24 mesi dall'approvazione della graduatoria, da parte della Giunta municipale.



Testo dell'elaborato 5a) – allegato parte integrante del Piano Commerciale – così come approvato, previo emendamento, dal Consiglio comunale nella seduta del 03.10.2007, con atto n° 20.

5a

PIANO COMMERCIALE

COMUNE DI ALGHERO

SETTORE COMMERCIO

PIANO PER LE ATTIVITA' SU AREE PUBBLICHE

**PIANO PER IL COMMERCIO SU AREE
PUBBLICHE**

Redattori:
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

Versione 3.1 – Agosto 2007

PREMESSA	3
IL SISTEMA MERCATALE COMUNALE	4
Il commercio rionale su aree pubbliche	5
Mercato giornaliero Via Amalfi	6
Mercato settimanale	7
Mercato dell'antiquariato, dell'artigianato e del collezionismo e	
Mostra Mercato (Associazione Collezionisti in Sardegna).	8
"Mercato etnico" - Giardini pubblici Via Vittorio Emanuele –	8
Postazioni ad utilizzo stagionale	9
Ricorrenze e feste Patronali	10
Fiere, feste, manifestazioni varie e grandi eventi	11
Schema riassuntivo commercio su aree pubbliche	11

PREMESSA

La Regione Sardegna ha di recente legiferato in tema di commercio con la legge regionale n. 5 del 18/05/2006, come modificata dalla legge regionale n. 17 del 06/12/2006, e per concludere con le Direttive e criteri di attuazione , Commercio su aree pubbliche. (deliberazione G.R. n. 53/15 del 20/12/2006), approvate definitivamente con la deliberazione G.R. n. 15/15 del 19/04/2007).

Pertanto in base all'art. 14 della legge regionale n. 5 del 18/05/2006 e delle suddette Direttive per il Commercio su aree pubbliche. (deliberazione G.R. n. 15/15 del 19/04/2007, si intende:

“Commercio su aree pubbliche” : L'attività di vendita di merci al dettaglio e la somministrazione di alimenti e bevande effettuata sulle aree pubbliche comprese quelle del demanio marittimo o sulle aree private delle quali il comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;

“Aree pubbliche” : Strade, canali, piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate di servitù di pubblico passaggio, ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico;

“Posteggio” : la parte di area pubblica o di area privata della quale il comune abbia la disponibilità, che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività commerciale.

“Mercato” : l'area pubblica o privata della quale il comune abbia la disponibilità, composta da più posteggi, attrezzata o meno e destinata all'esercizio dell'attività per uno o più o tutti i giorni della settimana o del mese per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la somministrazione di alimenti e bevande, l'erogazione dei pubblici servizi.

- “Fiera” : manifestazione caratterizzata dall’afflusso, nei giorni stabiliti, sulle aree pubbliche o private delle quali il comune abbia la disponibilità, di operatori autorizzati ad esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività;
- “Presenze in un mercato” : numero delle volte che l’operatore si è presentato in tale mercato prescindendo dal fatto che vi abbia potuto o meno svolgere l’attività;
- “Presenze effettive in una Fiera” : numero di volte in cui l’operatore ha effettivamente esercitato l’attività in tale fiera;
- “Posteggio libero” : posteggio all’interno di un mercato che sia esclusivamente riservato alle produzioni regionali di artigianato tipico e tradizionale o dell’agro-alimentare, o che per loro natura abbiano carattere stagionale, o che per tipologia siano assenti negli altri posteggi del mercato, esclusivamente a disposizione degli operatori in forma itinerante.

IL SISTEMA MERCATALE COMUNALE

Il piano ha l’obiettivo di razionalizzare ed organizzare l’attuale sistema di attività commerciali su aree pubbliche, attraverso la ridefinizione di alcuni spazi, già correttamente utilizzati e l’individuazione di nuove aree da destinare a questa funzione, il tutto tralasciando l’importante obiettivo di ridurre l’abusivismo consistente di questo settore.

Inoltre in relazione e a causa dell’evidente incremento dei livelli di ricettività del territorio comunale algherese (correlato ai nuovi collegamenti aerei con Paesi stranieri), il presente Piano ha l’obiettivo di creare ulteriori opportunità di sviluppo e crescita economica per gli operatori impegnati tanto nel commercio in sede fissa quanto, in quello su aree pubbliche incentivando il tessuto economico e produttivo (nonché artigianale) cittadino, quale risorsa primaria.

Il presente Piano e il Regolamento Comunale del commercio su aree pubbliche, più brevemente di seguito denominato unicamente Piano, al fine di razionalizzare e migliorare la produttività del sistema e il miglioramento della qualità dei servizi, tengono conto di:

- 1 favorire una funzione di servizio nell'interesse dei cittadini in modo integrato con le attività di commercio a posto fisso al fine di qualificare complessivamente, valorizzandola, l'offerta commerciale dell'intera città;
- 2 incrementare una funzione di valorizzazione e di promozione della città o di parti della stessa;
- 3 consolidare una funzione di promozione delle produzioni tipiche locali e, quindi, dello stesso territorio.
- 4 sottoporre le attività commerciali a prescrizioni in relazione al decoro, al rispetto dei luoghi, alla tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, all'arredo urbano;
- 5 presiedere e valorizzare le aree della città maggiormente degradate o carenti di servizi e di esercizi commerciali in sede fissa, anche attraverso l'individuazione di raggruppamenti commerciali e/o mercati al servizio di strutture esistenti e/o di quartieri periferici;
- 6 favorire, con l'individuazione di specifici raggruppamenti commerciali connessi all'offerta turistica, la specializzazione merceologica funzionale nonché la valorizzazione e distribuzione di prodotti e beni di produzione locale.

Il commercio rionale su aree pubbliche

Per offrire un servizio ai popolosi quartieri periferici della città, alle frazioni e borgate e per ottemperare agli obiettivi della normativa, ovvero la tutela del consumatore, mediante la differenziazione dell'offerta per il cittadino, in quanto consumatore, il piano propone la localizzazione di posteggi liberi in punti strategici della città, lontano dal mercato civico (confermato senza modifiche al regolamento che lo disciplina).

A seguito di questa programmazione, l'amministrazione può offrire agli operatori del settore nuove possibilità di un proficuo e regolare inserimento.

Le aree individuate sono di seguito elencate, esse potranno essere soggette a specializzazione merceologica e svolgersi nell'arco temporale della mattinata e nei giorni dal lunedì al sabato:

AREE PER POSTEGGI LIBERI (autorizzazione di tipo B art. 2 comma 4 Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche. (deliberazione G.R. n. 53/15 del 20/12/2006).

Area rionale di via De Gasperi , (quartiere San Michele)	:postazioni n°4
Area rionale di via Sant'Agostino, (piazza interna case I.A.C.P.)	: postazioni n°6
Area rionale di via XX Settembre, (prossimità liceo scientifico)	: postazioni n°3
Area rionale di Fertilia,(Piazza Chiesa San Marco)	: postazioni n°8
Area rionale di Località il Carmine, (piazzetta centrale)	: postazioni n°8
Area rionale di Santa Maria La Palma,	: postazioni n°6
Area rionale di Maristella,	: postazioni n°4
Area rionale altre borgate minori,(Arenosu, Guardia Grande, Sasegada, Corea Villassunta, Tanca Farrà, Lazzaretto)	: postazioni n°12
(due per borgata)	

In tali aree in ottemperanza all'art. 7 comma 2) delle Direttive il 30% dei posteggi liberi sono riservati agli imprenditori agricoli.

Mercato giornaliero Via Amalfi e Regione Taulera

Nell'ottica di offrire un miglior servizio al consumatore, mediante la differenziazione e l'integrazione dell'offerta esistente, creare nuove prospettive di lavoro sfruttando i vantaggi della concentrazione, nel popoloso quartiere della Pietraia verrà istituito un mercato giornaliero con l'assegnazione di 8 posteggi di vendita, nell'area pedonale antistante il mercato civico.

Il nuovo mercato giornaliero specializzato nell'abbigliamento, oggettistica per la casa ed in particolare in prodotti non alimentari, si inquadra nella tipologia di cui all'art. 10 comma 1 lettera b).

Le postazioni, di mq. 6 (mt. 3X mt. 2), saranno del settore non alimentare, il settore alimentare è coperto dalle postazioni di vendita all'interno del mercato civico , confermato senza modifiche e disciplinato con regolamento distinto e scisso dal presente Piano.

Parimenti, si prevede la istituzione di un mercato giornaliero in regione Taulera, con l'assegnazione di n° 3 (tre) postazioni di vendita in una idonea area pedonale da individuarsi esattamente di concerto con il Servizio Viabilità e Urbanistica. In questo mercato, il 30% dei posteggi liberi (quindi, un posteggio) sono riservati agli imprenditori agricoli, ai sensi dell'art. 6, comma 3, e dell'art. 7, comma 2, delle Direttive. Le postazioni del settore non alimentare avranno le dimensioni di mq 6 (mt 3x2 mt).

Mercato settimanale

Il “mercatino del mercoledì” è un evento molto atteso sia dai cittadini residenti che dai turisti in quanto rappresenta una vetrina dei prodotti regionali, e gode di un notevole effetto di risposta tra domanda e offerta.

Dopo diversi spostamenti della sede di svolgimento del “mercatino del mercoledì”, dettati da problemi di viabilità e di incompatibilità con la realizzazione di importanti opere pubbliche, attualmente si svolge a nord della città, in viale Europa e via Corsica.

Il sito individuato sembra rispondere maggiormente alle esigenze dell'utenza e degli avventori, in quanto è localizzato in prossimità di una delle principali vie di accesso della città e dunque facilmente raggiungibile dal bacino di utenza delle borgate. Inoltre rispetto all'estensione del territorio urbanizzato si trova in un'area caratterizzata da una forte presenza di seconde case, ad uso quasi esclusivamente estivo e turistico, che durante i mesi invernali viene rivitalizzata grazie alla presenza del mercatino. In questo mercato il 30% dei posteggi liberi (n° 10 posteggi) sono riservati agli imprenditori agricoli ai sensi dell'art. 6 comma 3 e dall'art. 7 comma 2) delle Direttive.

Il mercatino settimanale che si svolge a Fertilia nella giornata del sabato rimane invariato nella localizzazione di via Fiume.

Mercato dell'antiquariato, dell'artigianato e del collezionismo e Mostra Mercato (Associazione Collezionisti in Sardegna).

La Fiera dell'antiquariato, artigianato e collezionismo si svolge l'ultimo sabato e domenica di ogni mese ed il sito attuale, piazza Civica, non risulta consono in quanto crea notevoli fenomeni di congestione nel cuore del centro storico che per la sua connotazione urbanistica, strade e spazi pubblici ristretti, e scarsa accessibilità non risulta un ambito idoneo allo svolgimento dell'evento. Inoltre lo spostamento in altro sito offre la possibilità di rivitalizzare altre aree della città depresse.

Infatti l'area proposta per questo evento, Piazza della Mercede, benchè in posizione centrale non gode di un utilizzo congruo alla sua natura di spazio pubblico.

Pertanto le attuali 20 postazioni inerenti il "MERCATO DELL'ANTIQUARIATO, DELL'ARTIGIANATO E DEL COLLEZIONISMO", che si svolge per tutto l'anno l'ultimo sabato del mese, viene trasferito in Piazza della Mercede.

Nello stesso sito, viene proposto l'istituzione di una "MOSTRA- MERCATO" dell'antiquariato e del collezionismo facente capo alla Associazione Collezionisti in Sardegna", (eventualmente in concomitanza di eventi occasionali, previa specifica autorizzazione) che si svolge per tutto l'anno nelle date stabilite secondo il calendario delle manifestazioni concordato a livello regionale, salvo deroghe per il periodo di maggior flusso turistico, per n° 20 postazioni.

Questi due eventi con ricorrenza mensile, sono inquadrati nelle tipologie di "mercati con periodicità non giornaliera specializzati in particolari merceologie" ai sensi dell'art. 10 comma 1 lettera d) delle Direttive.

La dimensione della concessione del suolo pubblico, abbinata alla licenza verrà determinata dall'ufficio competente in base al numero delle richieste effettive.

"Mercato etnico" - Giardini pubblici Via Vittorio Emanuele –

L'area compresa fra l'incrocio di via Cagliari e Via La Marmora ospiterà per trasferimento le 15 postazioni dei punti vendita già autorizzati come attività commerciali e artigiane ed operanti nel Lungomare Dante e Piazza Sulis (escluse le attività di mestieri e girovaghi, lavorazioni manuali varie e simili) cui verranno rinnovate le concessioni decennali di tipo A) ai sensi dell'art. 2 comma 3 delle

Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche. (deliberazione G.R. n. 15/15 del 19/04/2007).

Nella stessa area verranno ospitate 20 postazioni per la vendita dell'artigianato, ed in particolar modo quello etnico, esotico ed artistico, da destinare prevalentemente ai cittadini stranieri che siano in possesso dell'autorizzazione amministrativa per il commercio su aree pubbliche, ed abbiano maturato un'anzianità di mercato nel comune di Alghero per almeno due anni. Questa fusione nasce per favorire la naturale integrazione dei commercianti stranieri, disciplinando nel contempo i titoli per l'esercizio nel medesimo contesto, e contemporaneamente realizzando i presupposti per arginare il fenomeno dell'abusivismo nel campo commerciale.

Postazioni di vendita correlate a manifestazioni culturali o eventi

Nell'area compresa fra l'incrocio con la via Cagliari e l'incrocio con la via Sassari sono individuate 5 postazioni da destinarsi alla vendita dei beni e articoli correlati – per natura – a particolari manifestazioni culturali o eventi.

La superficie delle singole postazioni sarà determinata, tenuto conto delle specifiche esigenze, attraverso la ripartizione della superficie totale disponibile. Il numero delle postazioni potrà essere variato soltanto attraverso la diminuzione della superficie delle singole postazioni.

Postazioni ad utilizzo stagionale

Al fine di mantenere il presidio del territorio e di fornire un servizio alla popolazione residente e fluttuante, sono confermate le postazioni stagionali previste nel regolamento precedente attualmente in attività, con la possibilità di incremento nelle zone attualmente non servite. È auspicabile infatti, rinforzare il servizio lungo le coste, a nord da Porto Conte a Capo Caccia e a sud dalla località Calabona alla spiaggia di Poglina.

Le aree pubbliche ad utilizzo stagionale di tipo A , ai sensi dell'art. 2, comma 1, lettera a) delle Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche, sono attualmente localizzate nei seguenti siti (meglio specificati nello schema a pagina 11 e seguenti):

- Aree di interesse archeologico (N. Palmavera, Necropoli Anghelu Rujù, S. Pedru , S. Imbenia),
- Via Garibaldi (ex Passaggio a livello),
- Via Lido (Fronte mare, slargo ang. Via Pantelleria),
- Via Malta Ang. Viale Europa,
- Viale 1° Maggio(lato destro per chi percorre viale 1° Maggio da Alghero verso Fertilia)
- Fronte Campeggio Calik,
- Località le Bombarde,
- Località Lazzaretto,
- Borgata Fertilia,
- Piazza Sventramento
- Scalo Tarantiello

Altre di nuovo impianto e con autorizzazione del tipo B ai sensi dell'art. 2 comma 4, delle Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche possono essere localizzate, secondo le norme previste dalla Legge regionale e dalle relative direttive e Regolamenti locali:

- 5 postazione tratto Fertilia - Porto Conte – Capo Caccia,(S.S. 127 bis).
- 1 postazione Fontana Cantar strada per Bosa,

Le autorizzazioni per le nuove postazioni potranno essere rilasciate previo Nulla Osta dell'Ente gestore dell'area ai sensi dell'art. 28, comma 9 e 10 del Dlgs n° 114/98.

Ricorrenze e feste Patronali

Sono le postazioni del tipo B così come definite dall'art. 2 comma 4, delle Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche, e sono rilasciate su richiesta ed in occasione di ricorrenze religiose sagre e manifestazioni varie. Per quanto riguarda le ricorrenze religiose le postazioni di vendita saranno localizzate nelle aree antistanti le Chiese secondo indicazione dell'Amministrazione.

Per le altre manifestazioni, concordemente al programma dei progetti di valorizzazione commerciale, l'amministrazione individuerà i siti più idonei a seconda del tipo di evento.

L'attribuzione delle postazioni di vendita, sull'area concessa per la manifestazione, sarà gestita dal Comitato Organizzatore dell'evento sotto stretto controllo dell'amministrazione.

Fiere, feste, manifestazioni varie e grandi eventi

Attualmente non esiste un sito idoneo allo svolgimento di fiere o feste, sia per natura morfologica che per posizione privilegiata rispetto alla viabilità principale. Questi eventi attualmente si svolgono nello spazio portuale non attrezzato per questa finalità, alla base del molo Rizzi, su un area che per la sua posizione è di particolare pregio sotto il profilo panoramico.

Le feste e gli eventi straordinari vengono svolti in prossimità delle mura, sulla banchina Sanità del porto.

L'amministrazione individuerà, comunque, i siti più idonei a seconda del tipo di evento, tra questi di seguito elencati:

Zona Maria Pia, presso palazzetto dei congressi,

Banchina Porto prossimità mura e ,

Zona Balaguer,

Piazzale della Pace,

Aree periferiche di recente localizzazione.

L'attribuzione delle postazioni di vendita sarà sempre gestita dal Comitato Organizzatore dell'evento sotto stretto controllo dell'amministrazione.

Schema riassuntivo commercio su aree pubbliche

Di seguito sono schematizzate le postazioni di vendita su aree pubbliche in forma itinerante o fissa. Nello schema sono indicati il numero delle postazioni, gli eventuali incrementi e il settore merceologico.

Aree ad utilizzo annuale

Area rionale San Michele -			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
	4	4	vario

Area rionale di Sant'Agostino (P.zza interna case I.AC.P. via Deledda ang. Via Sant'Agostino)			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
4	6	2	vario

Area rionale Via XX Settembre (prossimità liceo scientifico)			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	3	2	vario

Area rionale Fertilia (Piazza Chiesa San Marco)			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
	8	8	vario

Area rionale Località il Carmine (piazzetta centrale)			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
4	8	4	vario

Area rionale Santa Mari la Palma			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
6	6		vario

Area rionale Maristella			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
2	4	2	vario

Area rionale Borgate Arenosu, Sa Segada, Guardia Grande, Corea Villassunta, Tanca Farrà, Lazzaretto(per ciascuna borgata)			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
0	2	2	vario

Mercato giornaliero via Amalfi (Piazza fronte mercato civico)			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
0	8	8	Non alimentare

Mercato settimanale del mercoledì - Viale Europa – Via Corsica			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
(180 posteggi assegnati: dei quali n° 33 per sett. Alimentare; n°143 per sett. Non Alimentare , n° 4 colt. diretti; 10 posteggi liberi: dei quali n° 4 imp. agricoli n° 6 postazioni libere per merci varie)			
190	190	0	vario

Mercato settimanale – Fertilia			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
26	26	0	vario

Mercato dell'antiquariato, dell'artigianato e del collezionismo (Piazza della Mercede) Ultimo sabato e domenica di ciascun mese			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
20	20	0	Non alimentare

Mostra – Mercato(associazione Collezionisti in Sardegna (Piazza della Mercede) Secondo Calendario Regionale			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
0	20	20	Non alimentare

Commercio di merci varie (via Carducci)- giornaliero			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
4	4		Non alimentare

Commercio di merci varie (incrocio via Giovanni XXIII, ang. Via XX Settembre)- giornaliero			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		Non alimentare

Taulera _Ospedale Civile			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		Somministrazione alimenti e bevande

Area cimiteriale			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
2	3	1	Piante e fiori

Largo dello Sperone (Fronte Ospedale Civile)			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		Piante e fiori

Regione Taulera			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
0	3	3	vario

Pineta Mugoni			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		Somministrazione alimenti e bevande

Postazioni di vendita per manifestazioni culturali Giardini Pubblici via Vittorio Emanuele (incrocio via Cagliari via Sassari)-			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
0	5	5	Non alimentare

Aree pubbliche ad utilizzo stagionale

Commercio di prodotti artigianali e artistici P.zza Sventramento - Mesi estivi			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		Torrone e dolciumi
1	1		Pittore

Commercio di prodotti artigianali Scalo Tarantiello - Mesi estivi			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		Torrone e dolciumi

Mercato artigianale ed esotico Giardini Pubblici via Vittorio Emanuele (incrocio via Cagliari via la Marmora)- giornaliero			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste (15 commercio prodotti artigianali, 20 commercio etnico)	Incremento	Settore merceologico
15	35	20	vario

Aree di interesse archeologico: Nuraghe Palmavera- necropoli Anghelu Ruju- S. Pedru – S. Imbenia (due per ciascun sito)			
---	--	--	--

Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
8	8	0	vario

Località costiere e spiagge			
V.le I Maggio (tra l'Hotel Oasis e la Colonia Segni) lato destro della strada per chi percorre V.le 1° Maggio da Alghero verso Fertilia			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Numero postazioni per tipologia	Settore merceologico
3	3		
		1	Somministrazioni alimenti e bevande
		1	Bevande analcoliche e gelati
		1	Gastronomia da asporto

Località costiere e spiagge			
via Lido			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Numero postazioni per tipologia	Settore merceologico
2	3		
		2	Somministrazione bevande analcoliche e gelati
		1	Gastronomia e bevande analcoliche

Località costiere e spiagge			
via Malta ang. V.le Europa			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
6	7	1	produttori diretti

Località costiere e spiagge			
Lazzaretto			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
2	2		vario
		1	Somministrazione alimenti e bevande
		1	Gastronomia da asporto

Località costiere e spiagge Bombarde			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		Somministrazione alimenti e bevande

Località costiere e spiagge Borgata Fertilia			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		alimentare

Località costiere e spiagge Litorale Fertilia _Il Calik			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
1	1		Somministrazione alimenti e bevande

Località costiere e spiagge Fertilia , Bivio Porto Conte			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
	5	5	vario

Località costiere e spiagge Fontana Cantar strada per Bosa			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
	1	1	alimentare

Ricorrenze e feste Patronali

Ricorrenze religiose Aree antistanti le chiese			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
Variabile a seconda della disponibilità	Variabile a seconda della disponibilità		vario

Fiere, feste, manifestazioni varie e grandi eventi

L'amministrazione individuerà i siti più idonei a seconda del tipo di evento.

L'attribuzione delle postazioni di vendita sarà gestita dal Comitato Organizzatore dell'evento sotto stretto controllo dell'amministrazione.

Ricorrenza e commemorazione dei defunti Area antistante il cimitero dal 20-10 al 4- 11 di ogni anno			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Settore merceologico
5	6	1	Piante e fiori

Riferimenti Normativi:

D, lgs n. 114 del 31/03/1998

legge regionale n. 5 del 18/05/2006

Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche.
(deliberazione G.R. n. 53/15 del 20/12/2006 e deliberazione G.R. n. 15/15 del
19/04/2007)

Abbreviazioni : Piano per il Commercio su aree pubbliche =	Piano
Regolamento per il Commercio su aree pubbliche =	Regolamento
Legge regionale n. 5 del 18/05/2006 =	Legge
Direttive e criteri di attuazione Capo II, Commercio su aree pubbliche. (deliberazione G.R. n. 15/15 del 19/04/2007) =	Direttive



PIANO COMMERCIALE

5b

COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

PIANO PER LE ATTIVITA' SU AREE PUBBLICHE

**NORME COMUNALI PER IL COMMERCIO SU
AREE PUBBLICHE**

Redattori:
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

NORME GENERALI	4
ARTICOLO 1 - AMBITO DI APPLICAZIONE.....	4
ARTICOLO 2 – DEFINIZIONI	4
ARTICOLO 3 – CRITERI GENERALI DI INDIRIZZO E FINALITÀ DEL REGOLAMENTO.....	4
ASSEGNAZIONE DELLE AUTORIZZAZIONI	5
ARTICOLO 4 – DOMANDA DI ESERCIZIO DELL’ATTIVITÀ	5
ARTICOLO 5 – PROCEDURE PER IL RILASCIO DI NUOVE AUTORIZZAZIONI IN AREE RIONALI E PER POSTEGGI DI NUOVA ISTITUZIONE.....	6
ARTICOLO 6 - RILASCIO DI AUTORIZZAZIONI DI TIPO B PER COMMERCIO IN FORMA ITINERANTE	6
ARTICOLO 7 - RILASCIO DI AUTORIZZAZIONI PER POSTEGGI LIBERI.....	7
ARTICOLO 8– CRITERI DI ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI LIBERI.....	7
ARTICOLO 9 – SUBINGRESSO E REINTESTAZIONE DELL’AUTORIZZAZIONE.....	7
ARTICOLO 10 - COMPITI DEGLI UFFICI COMUNALI.....	8
ARTICOLO 11 - CONVERSIONE DI AUTORIZZAZIONI OPERANTI CON RIASSEGNAZIONE DI POSTEGGIO	8
ARTICOLO 12 - SPECIALIZZAZIONE MERCEOLOGICA.....	8
ARTICOLO 13 - TRASFERIMENTI DI MERCATI, FIERE E FIERE-MERCATO.....	9
ARTICOLO 14 - TRASFERIMENTI PER LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO AMBIENTALE E CULTURALE.....	9
ARTICOLO 15 - DURATA DELLE CONCESSIONI DI CUI ALL'ART 2 COMMA 1 LETT. A) DELLE DIRETTIVE E CRITERI DI ATTUAZIONE CAPO II , COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE. (DELIBERAZIONE G.R. N. 15/15 DEL 19/04/2007).....	9
ARTICOLO 16 - NORMATIVA IGIENICO-SANITARIA.....	10
NORME GENERALI SUI MERCATI.....	10
ARTICOLO 17- TIPOLOGIE DI MERCATI	10
ARTICOLO 18- DIMENSIONE DEI POSTEGGIO IN CONCESSIONE, ATTREZZATURA, PARCHEGGI E ORGANIZZAZIONE INTERNA AI MERCATI.....	11
ARTICOLO 19 - ORARIO DI VENDITA.....	12
ARTICOLO 20 - PRESCRIZIONI.....	12
ARTICOLO 21- POSTEGGI RISERVATI AD IMPRENDITORI AGRICOLI.....	13
ARTICOLO 22 - MODALITÀ DI REGISTRAZIONE E CALCOLO DEL NUMERO DELLE PRESENZE.....	13
ARTICOLO 23- MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI OCCASIONALMENTE LIBERI O COMUNQUE NON ASSEGNATI.....	14
ARTICOLO 24- MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI STAGIONALI	14
ARTICOLO 25- MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI IN OCCASIONE DI SAGRE, FESTE E RICORRENZE PATRONALI	15
ARTICOLO 26- MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI IN OCCASIONE DI MANIFESTAZIONI O EVENTI CULTURALI ED ARTISTICI.	15
ARTICOLO 27 - DECADENZA DELLA CONCESSIONE DECENNALE DEL POSTEGGIO E REVOCA DELLA RELATIVA AUTORIZZAZIONE	15
ARTICOLO 28 - FESTIVITÀ.....	16
ARTICOLO 29 – AREE INTERDETTE AL COMMERCIO ITINERANTE- DIVIETI E LIMITAZIONI.....	16
SANZIONI	16
ARTICOLO 30 – SANZIONI PECUNIARIE ACCESSORIE.....	16

ABROGAZIONI	18
ARTICOLO 31 – ABROGAZIONE DI NORME	18

NORME GENERALI

Articolo 1 - Ambito di applicazione

- 1) Il presente regolamento disciplina lo svolgimento dell'attività commerciale sulle aree pubbliche ai sensi e per gli effetti della Legge Regionale n° 5 del 18/05/2006 "Disciplina generale delle attività commerciali", e delle Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche. (approvata definitivamente con deliberazione G.R. n. 15/15 del 19/04/2007), in attuazione al disposto di cui all'art. 28, comma 13 del D.Lgs. 31/3/98 n. 114.
- 2) Il regolamento è parte integrante del Piano Comunale per il Commercio sulle aree pubbliche e viene approvato dal Consiglio Comunale, sentite le associazioni di categoria rappresentative a livello regionale e quelle dei consumatori .
- 3) Ai sensi dell'art. 19 , comma 1, della Legge Regionale n° 5 del 18/05/2006, per le parti non contrastanti con la stessa e con le Direttive e criteri di attuazione, si applicano le disposizioni statali di cui al D.Lgs. 31/3/98 n. 114.

Articolo 2 – Definizioni

Ai fini del presente regolamento si intendono:

- 1) per commercio sulle aree pubbliche, l'attività di vendita di merci al dettaglio e la somministrazione di alimenti e bevande effettuate sulle aree pubbliche, comprese quelle del demanio marittimo o sulle aree private delle quali il comune abbia la disponibilità, attrezzate o meno, coperte o scoperte;
- 2) per aree pubbliche, le strade, i canali, le piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio ed ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico;
- 3) per posteggio, la parte di area pubblica o di area privata della quale il comune abbia la disponibilità che viene data in concessione all'operatore autorizzato all'esercizio dell'attività commerciale;
- 4) per mercato, l'area pubblica o privata della quale il comune abbia la disponibilità, composta da più posteggi, attrezzata o meno e destinata all'esercizio dell'attività per uno o più o tutti i giorni della settimana o del mese per l'offerta integrata di merci al dettaglio, la somministrazione di alimenti e bevande, l'erogazione di pubblici servizi;
- 5) per fiera, la manifestazione caratterizzata dall'afflusso, nei giorni stabiliti sulle aree pubbliche o private delle quali il comune abbia la disponibilità, di operatori autorizzati ad esercitare il commercio su aree pubbliche, in occasione di particolari ricorrenze, eventi o festività;
- 6) per presenze in un mercato, il numero delle volte che l'operatore si è presentato in tale mercato prescindendo dal fatto che vi abbia potuto o meno svolgere l'attività;
- 7) per presenze effettive in una Fiera, il numero delle volte che l'operatore ha effettivamente esercitato l'attività in tale fiera.

Articolo 3 – Criteri generali di indirizzo e finalità del regolamento

- 1) L'insediamento e l'esercizio delle attività di commercio su aree pubbliche sono rivolte al perseguimento delle seguenti finalità:
 - a. una funzione di servizio nell'interesse dei cittadini in modo integrato con le attività di commercio a posto fisso al fine di qualificare complessivamente, valorizzandola, l'offerta commerciale dell'intera città;
 - b. una funzione di valorizzazione e di promozione della città o di parti della stessa;
 - c. una funzione di promozione delle produzioni tipiche locali e, quindi, dello stesso territorio.
- 2) Il Piano del Commercio su aree pubbliche e il presente Regolamento, per la razionalizzazione ed il miglioramento delle attività tengono conto:

- a. del raggiungimento della migliore produttività del sistema e della qualità dei servizi da rendere al consumatore;
- b. dei limiti ai quali sottoporre le attività commerciali in relazione al decoro, al rispetto dei luoghi, alla tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, all'arredo urbano;
- c. della priorità assegnata alla tutela del centro storico e dell'area pedonale, con la consequenziale individuazione di specifiche ed appropriate tipologie merceologiche e relative strutture di vendita, tali da risultare coerenti con l'ambiente circostante e con il progetto complessivo relativo a tali zone, anche in ordine all'introduzione di sempre più incisivi limiti al traffico veicolare;
- d. delle necessità di valorizzazione delle aree della città maggiormente degradate o carenti di servizi e di esercizi commerciali in sede fissa, anche attraverso l'individuazione di raggruppamenti commerciali e/o mercati al servizio di strutture esistenti e/o di quartieri periferici;
- e. della necessità di favorire, con l'individuazione di specifici raggruppamenti commerciali connessi all'offerta turistica, la specializzazione merceologica funzionale a tale scopo e la valorizzazione e distribuzione di prodotti e beni di produzione locale.

ASSEGNAZIONE DELLE AUTORIZZAZIONI

Articolo 4 – Domanda di esercizio dell'attività

1. Il commercio su aree pubbliche si svolge previo rilascio del relativo provvedimento autorizzatorio e concessorio previsto dalla legge e può essere svolto:
 - a) su posteggi dati in concessione per dieci anni, (autorizzazioni del tipo A);
 - b) negli spazi definiti dal comune, e sui posteggi liberi a condizione che sia esercitato in forma itinerante (autorizzazioni di tipo B).

La competenza per le autorizzazioni del tipo A) è dell'Amministrazione Comunale sede del posteggio, ed abilita anche all'esercizio in forma itinerante nell'ambito del territorio regionale. La competenza per le autorizzazioni di tipo B) è dell'Amministrazione Comunale nel quale il richiedente ha la residenza se persona fisica, o la sede legale se persona giuridica (autorizzazione di tipo B). La presente autorizzazione abilita anche alla vendita sui posteggi liberi dei mercati, alla vendita al domicilio del consumatore nonché nei locali ove questi si trovi per motivi di lavoro, di studio, di cura, di intrattenimento o svago.
- 2). L'esercizio dell'attività di cui al comma 1 è soggetto ad apposita autorizzazione rilasciata a persone fisiche o a società di persone regolarmente costituite secondo le norme vigenti.
- 3) La domanda, da inviare all'Amministrazione competente mediante lettera raccomandata A/R o consegna a mano al protocollo del comune, dovrà contenere:
 - a) le generalità del richiedente o della ragione sociale con l'indicazione dei soci illimitatamente responsabili;
 - b) l'indicazione della nazionalità;
 - c) l'indicazione degli estremi della iscrizione nel Registro delle Imprese;
 - d) la dichiarazione del possesso dei requisiti prescritti dall'art. 2 della Legge regionale n° 5 del 18/05/2006 e s.m.i.;
 - e) l'indicazione del settore o dei settori merceologici richiesti;
 - f) gli estremi di identificazione del posteggio richiesto qualora non intenda esercitare l'attività in forma itinerante esclusiva;
- 4). L'autorizzazione all'esercizio dell'attività sulle aree pubbliche abilita alla partecipazione alle fiere che si svolgono sia nell'ambito della regione Sardegna, sia nell'ambito delle altre regioni del territorio nazionale.
- 5) .L'autorizzazione all'esercizio dell'attività di vendita sulle aree pubbliche dei prodotti alimentari abilita anche alla somministrazione dei medesimi se il titolare risulta in possesso dei requisiti prescritti per l'una e l'altra attività. L'abilitazione alla somministrazione deve risultare da apposita annotazione sul titolo autorizzatorio.

- 6). L'esercizio del commercio disciplinato dal presente articolo nelle aree demaniali marittime è soggetto al nulla osta da parte delle competenti autorità marittime che stabiliscono modalità e condizioni per l'accesso alle aree predette.
- 7). Senza permesso del soggetto proprietario o gestore è vietato il commercio sulle aree pubbliche negli aeroporti, nelle stazioni e nelle strade di grande comunicazione.

Articolo 5 – Procedure per il rilascio di nuove autorizzazioni in aree rionali e per posteggi di nuova istituzione

- 1) Il rilascio di nuove autorizzazioni di tipo A di cui all'art. 2 comma 3 delle Direttive e criteri di attuazione, per aree rionali e posteggi di nuova istituzione, viene effettuato dal Dirigente responsabile, previa indicazione di bando di gara.
- 2) La domanda per ottenere il rilascio dell'autorizzazione di cui al precedente comma 1, deve essere inviata al Dirigente responsabile, esclusivamente tramite raccomandata, con ricevuta di ritorno, solamente in data successiva all'apertura dei termini per la presentazione delle istanze.
- 3) Il Dirigente responsabile, verificati i requisiti soggettivi, entro novanta giorni dalla data di chiusura dei termini per la presentazione delle istanze, rilascia l'autorizzazione, assegnando i posteggi liberi presenti in questi mercati secondo i seguenti criteri di priorità:
 - a) maggior numero di presenze effettive cumulate dall'operatore nel mercato oggetto del bando, così come risulta dalla documentazione agli atti del Comune;
 - b) richiesta di posteggio da parte di nuovi operatori;
 - c) richiesta di posteggio aggiuntivo da parte di soggetti già titolari di una autorizzazione all'esercizio al commercio su aree pubbliche;
 - d) In ulteriore subordine progressivo:
 - presenza nel nucleo familiare di portatore d'handicap;
 - numero familiari a carico;
 - anzianità del richiedente;
 - anzianità di rilascio della autorizzazione amministrativa;
 - anzianità della iscrizione al registro delle imprese;
 - settore merceologico specifico e non esistente nello spazio commerciale oggetto del bando.
 - e) in caso di parità delle condizioni precedenti o per espressa indicazione degli interessati l'assegnazione viene fatta per sorteggio.
- 4) Nella istanza di autorizzazione devono essere indicate sia la localizzazione che la dimensione del posteggio. Il rilascio dell'autorizzazione dà automaticamente diritto ad ottenere la concessione del posteggio di quello indicato nella domanda se disponibile o, in mancanza, di altro il più possibile simile a quello richiesto. Il posteggio deve essere indicato nell'autorizzazione.
- 5) I richiedenti che per la loro posizione in graduatoria non acquisiscono diritto all'autorizzazione, se interessati, devono ripresentare domanda dopo la pubblicazione da parte del Comune di nuovi elenchi sull'Albo Pretorio.
- 6) Il rilascio dell'autorizzazione di tipo A di cui all'art. 2 comma 3 delle Direttive e criteri di attuazione, abilita anche all'esercizio in forma itinerante nell'ambito dello stesso territorio regionale.

Articolo 6 - Rilascio di autorizzazioni di tipo B per commercio in forma itinerante

- 1) Il rilascio di nuove autorizzazioni di tipo B di cui all'art. 2 comma 4 delle Direttive e criteri di attuazione, viene effettuato dal Dirigente responsabile entro sessanta giorni dalla presentazione dell'istanza di cui all'art. 4 comma 3 del presente Regolamento.

Articolo 7 - Rilascio di autorizzazioni per posteggi liberi

1. Il rilascio delle autorizzazioni per posteggi che si sono resi liberi, comprese le autorizzazioni stagionali, viene effettuato dal Dirigente responsabile.
2. Il comune, provvede, su eventuale apposita richiesta da parte degli interessati e tenendo conto dell'anzianità di presenza in quello stesso mercato, a migliorare la posizione degli operatori già titolari di un posteggio in questi mercati, assegnando uno dei posteggi resisi liberi.
3. La domanda per ottenere il rilascio dell'autorizzazione di cui al precedente comma 1, deve essere inviata al Comune, Divisione Commercio e Polizia Amministrativa, esclusivamente tramite raccomandata A/R solamente in data successiva alla pubblicazione delle disponibilità dei posteggi secondo le modalità previste dalla normativa vigente.
4. Il Dirigente responsabile, verificati i requisiti soggettivi, entro sessanta giorni dalla data di chiusura dei termini disposta dall'avviso di cui al precedente comma, rilascia l'autorizzazione, assegnando i posteggi liberi secondo i seguenti criteri di priorità stabiliti nell'articolo 5 , precedente

Articolo 8– Criteri di assegnazione dei posteggi liberi

1. L'assegnazione dei posteggi liberi ha validità giornaliera.
2. Il 30% dei posteggi liberi sono assegnati agli imprenditori agricoli, di cui al comma 5 dell'art. 2; in assenza di imprenditori agricoli o in mancanza della copertura dei posteggi loro riservati, l'assegnazione di tali posteggi viene effettuata con le modalità di cui al primo comma agli altri operatori.
3. La stessa procedura prevista dai commi precedenti, si applica ai posteggi non assegnati a seguito di bando.
4. I posteggi, temporaneamente non occupati dai titolari della relativa concessione in un mercato, sono assegnati giornalmente, durante il periodo di non utilizzazione da parte del titolare, ai soggetti legittimati ad esercitare il commercio sulle aree pubbliche, che vantino il più alto numero di presenze nel mercato di cui trattasi.
5. Nelle fiere-mercato specializzate di cui alla lettera e) del comma 1, art. 10, delle presenti direttive, i Comuni, nel relativo provvedimento d'istituzione, possono riservare posteggi ad artigiani nonché a soggetti che intendano esporre e/o vendere opere di pittura, scultura, di grafica ed oggetti di antichità o di interesse storico o archeologico. Possono, inoltre, partecipare a dette manifestazioni i soggetti che non esercitano l'attività commerciale in modo professionale, ma vendono beni ai consumatori in modo del tutto sporadico ed occasionale.
6. In occasione di fiere-mercato, sagre, festività o di altre riunioni straordinarie di persone, l'Amministrazione può concedere autorizzazioni temporanee, anche in deroga al comma 3 dell'art. 9 delle Direttive
7. In caso di concorrenza di più domande superiore ai posti disponibili si procederà a seguito di sorteggio.

Articolo 9 – Subingresso e reintestazione dell'autorizzazione

1. Il trasferimento è consentito secondo modalità previste e disciplinate dalle norme di legge vigenti.
2. Il subentrante per causa di morte, anche se non in possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della Legge regionale n° 5 del 18/05/2006, deve darne comunicazione entro tre mesi dall'avvenuto subingresso, ed ha comunque la facoltà di continuare a titolo provvisorio l'attività del dante causa per non più di un anno dalla data di acquisizione del titolo, pena la decadenza dell'autorizzazione e delle concessioni di posteggio annesse.

Articolo 10 - Compiti degli uffici comunali

1. La regolamentazione, direzione, e controllo delle attività di commercio su aree pubbliche, nelle diverse forme indicate nel Regolamento, nonché le funzioni di Polizia Amministrativa sui mercati, spettano all'Amministrazione Comunale, che le esercita attraverso gli Uffici competenti, assicurando l'espletamento delle attività di carattere istituzionale e di vigilanza.
2. Al fine di garantire continuità nell'attività di gestione e controllo dei mercati, il Comando di Polizia Municipale assicura continuità di presenza di idoneo personale. A tal fine il Dirigente del corpo di Polizia Municipale, individua all'interno della dotazione organica un nucleo di agenti per l'esercizio delle funzioni di controllo relative alle attività di cui al presente regolamento e di Polizia Annonaria, dandone comunicazione al Dirigente dell'ufficio competente in materia di commercio, che si avvale di tale personale per le attività ivi previste.
3. L'Amministrazione Comunale dovrà tenere uno schedario cartaceo o su supporto magnetico dal quale risultino, per ogni autorizzazione in carico:
 - nome, cognome, domicilio, numero di codice fiscale e di partita IVA del titolare dell'autorizzazione;
 - numero e tipologia dell'autorizzazione;
 - numero di iscrizione nel registro delle imprese presso la Camera di Commercio competente;
 - estremi della concessione dei posteggi, nonché l'ubicazione, la periodicità, il numero identificativo e la superficie;
 - settori merceologici autorizzati.
4. Entro il 31 marzo di ogni anno, l'Amministrazione Comunale è tenuta a trasmettere all'Assessorato regionale competente in materia di commercio, per fini previsti dall'art. 40 della Legge Regionale n° 5 del 18/05/2006, i dati sulle autorizzazioni rilasciate.
5. L'Amministrazione Comunale invia all'Assessorato regionale competente in materia di commercio, entro il 31 ottobre di ogni anno le notizie relative alle fiere-mercato o sagre dell'anno successivo.

Articolo 11 - Conversione di autorizzazioni operanti con riassegnazione di posteggio

1. Le autorizzazioni rilasciate per mercati operanti vanno convertite d'ufficio con la riassegnazione degli stessi posteggi o con nuovi posteggi dove il piano delle aree abbia previsto un riordino generale o parziale degli stessi.
2. Il Dirigente responsabile, entro novanta giorni dalla data di notifica agli interessati dell'intendimento dell'amministrazione di effettuare una riassegnazione generale dei posteggi, converte le vecchie autorizzazioni assegnando i nuovi posteggi secondo i criteri di priorità stabiliti nel precedente art. 5 comma 3

Articolo 12 - Specializzazione merceologica

1. La Giunta Comunale può fissare prescrizioni e stabilire specializzazioni merceologiche anche al fine di valorizzare le tradizioni ed i prodotti locali, con particolare riferimento ai mercati e ai posteggi fuori mercato, la cui attività sia rivolta essenzialmente al turismo.
2. La Giunta Comunale può altresì fissare prescrizioni e stabilire specializzazione merceologiche per mercati, fiere, anche promozionali, e posteggi fuori mercato, al fine della valorizzazione del centro storico o in occasione di particolari ricorrenze o festività. Qualora si renda possibile attrezzare apposita area con strutture idonee allacciabili alle reti idrica, fognaria ed elettrica, in osservanza delle condizioni igienico-sanitarie, i posteggi potranno essere dislocati secondo criteri di ordine merceologico, compresa l'eventuale suddivisione in zone distinte, riservate rispettivamente al commercio di generi alimentari e non alimentari.

3. Nelle ipotesi previste dal presente articolo il Comune adotta tutti gli opportuni provvedimenti per la verifica della sussistenza dei requisiti di tipologia della merce e dei relativi livelli qualitativi ai fini dell'ammissione degli operatori alle procedure di assegnazione dei posteggi secondo le modalità di cui agli articoli seguenti, con facoltà di esclusione in difetto o di revoca della concessione rilasciata.

Articolo 13 - Trasferimenti di mercati, fiere e fiere-mercato

1. Ai fini dell'attuazione del Piano del commercio sulle aree pubbliche, l'amministrazione Comunale procede al trasferimento dei mercati, delle fiere e delle fiere promozionali, sentite le organizzazioni di categorie e le associazioni dei consumatori.

Articolo 14 - Trasferimenti per la valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale.

1. Nel caso di urgente interesse pubblico ostativo alla permanenza delle attività in un determinato luogo dichiarato dagli organi dell'Amministrazione, si prescinde da ogni termine, così come pure nel caso di momentanea indisponibilità delle aree per comprovate cause di necessità o di forza maggiore. In entrambe le ipotesi il trasferimento è attuato dal Comune, sentite le Associazioni di categoria e gli operatori interessati.
2. Di norma, agli effetti dell'applicazione della presente disposizione, non costituisce esigenza eccezionale di tutela del pubblico interesse, né comprovata causa di necessità o di forza maggiore, il ricorrere di altre forme di manifestazioni o intrattenimenti in varie forme su area pubblica di qualsiasi tipo e da qualunque soggetto privato o Ente Pubblico, istituite o promosse.

Articolo 15 - Durata delle concessioni di cui all'art 2 comma 1 lett. a) delle Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche. (deliberazione G.R. n. 15/15 del 19/04/2007)

1. Le concessioni dei posteggi dei mercati e delle fiere hanno validità decennale e ove l'Amministrazione non proceda a formale rinnovo, si intendono cessate per ogni effetto di legge, alla scadenza prevista.
2. Le concessioni delle fiere promozionali hanno durata giornaliera o plurigiornaliera.
3. Il Comune, sentite le Associazioni di Categoria, ha facoltà di revocare, modificare ed apportare ogni variazione ritenuta opportuna, anche con riferimento alla dislocazione del posteggio, di tutte le concessioni, anche già rilasciate, al fine di realizzare gli indirizzi e le previsioni del Piano del Commercio su aree pubbliche o quando ciò sia reso necessario per la tutela dell'interesse pubblico.
4. Nel caso in cui l'area pubblica su cui insiste la concessione non sia di proprietà comunale, la durata della concessione potrà essere vincolata alla disponibilità dell'area da parte del Comune.
5. Le autorizzazioni stagionali hanno durata temporanea dal 01/04 fino al 31/10 di ogni anno.
6. A conclusione della stagione, salvo diverso termine, ogni impianto autorizzato dovrà essere rimosso.
7. Il Sindaco nel rispetto dei limiti previsti dalla legge e dal Regolamento e a seconda delle esigenze potrà stabilire il prolungamento della stagione estiva

Articolo 16 - Normativa igienico-sanitaria

1. Il commercio su aree pubbliche deve essere esercitato nel rispetto della vigente normativa igienico sanitaria che riguarda sia la vendita al dettaglio dei prodotti alimentari e non alimentari, sia la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande.
2. Il commercio su area pubblica di prodotti alimentari deve essere esercitato con le modalità e le attrezzature necessarie a garantire la protezione degli stessi dagli agenti esterni inquinanti e la conservazione in maniera igienica, in relazione alla loro natura ed alle loro caratteristiche organolettiche. Tali modalità ed i requisiti delle attrezzature sono stabilite dal Ministero della salute con apposita ordinanza.
3. Qualora l'attività di vendita su area pubblica di prodotti alimentari sia effettuata mediante l'uso di autoveicoli utilizzati come struttura di vendita, gli stessi devono avere caratteristiche e requisiti giudicati idonei dal servizio sanitario competente.
4. Se il commercio su area pubblica riguarda prodotti alimentari deperibili, da mantenere a temperatura controllata, lo stesso può avvenire soltanto con mezzi strutture ed attrezzature che siano tali da garantire il regime di temperatura voluto dal servizio sanitario competente.
5. Il commercio su area pubblica di carni fresche di ogni specie animale, comprese quelle ittiche, è vietato in tutte le aree che non sono allacciate alla rete idrica, fognaria ed elettrica, a meno che lo stesso non avvenga utilizzando, come struttura di vendita, veicoli che hanno le caratteristiche approvate dal servizio sanitario competente.
6. E' vietato vendere, in forma itinerante, le carni fresche di qualsiasi specie animale, compreso il pesce, a meno che la vendita non venga effettuata utilizzando attrezzature aventi le caratteristiche approvate dal servizio sanitario competente.
7. Nello stesso posteggio ed in quelli ad esso immediatamente adiacenti, non può essere esercitato il commercio su area pubblica di animali vivi ed, al tempo stesso, la vendita e/o la somministrazione di prodotti alimentari. Il commercio di animali vivi deve essere esercitato nel rispetto dalla vigente normativa veterinaria e sanitaria.
8. I titolari di postazione di vendita per l'esercizio del commercio su aree pubbliche devono provvedere, a loro cura e spese alla quotidiana pulizia del sito comprese le aree immediatamente adiacenti, con l'obbligo di inviare a smaltimento i rifiuti prodotti.
9. Relativamente a questo articolo si intendono integralmente richiamate, in quanto applicabili, le disposizioni di carattere igienico sanitarie stabilite da norme comunitarie e nazionali, regolamenti e ordinanze vigenti in materia.

NORME GENERALI SUI MERCATI

Articolo 17- Tipologie di mercati

1. I mercati sono distinti in:
 - a) mercati giornalieri nei quali operano esercizi delle merceologie alimentari e non alimentari;
 - b) mercati giornalieri specializzati in particolari merceologie;
 - c) mercati con periodicità non giornaliera;
 - d) mercati con periodicità non giornaliera specializzati in particolari merceologie;
 - e) fiere-mercato specializzate di oggetti usati, anticherie, opere d'arte di pittura e scultura, collezionismo, hobbismo e affini, fumetti, libri, stampe, fiori, piante ed affini, animali;
 - f) sagre;

- 2 Altre forme di commercio su aree pubbliche, differenti da quelle del precedente comma 1, sono ammesse nel rispetto della normativa regionale e nazionale vigente.
- 3 Per l'istituzione di nuovi mercati, l'ampliamento e la modifica di quelli esistenti vige la normativa regionale con specifico richiamo agli articoli n° 11, 12 e 13 delle Direttive e criteri di attuazione Capo II , Commercio su aree pubbliche. (deliberazione G.R. n. 15/15 del 19/04/2006.

Articolo 18- Dimensione dei posteggio in concessione, attrezzatura, parcheggi e organizzazione interna ai mercati.

- 1 I posteggi, per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento, hanno una dimensione standard che può variare da un minimo di 6 mq. ad un massimo di 30 mq.; il Dirigente competente potrà concedere una superficie diversa con motivato provvedimento in caso di inderogabili e specifiche esigenze.
- 2 Ogni mercato potrà essere organizzato in reparti a seconda delle esigenze igieniche e merceologiche con apposita deliberazione della Giunta Comunale.
- 3 Il commercio su aree pubbliche è soggetto ad autorizzazione o altro valido titolo che ne legittimi lo svolgimento, nel rispetto degli orari stabiliti dal Sindaco.
- 4 I concessionari di posteggio nel mercato non possono occupare una superficie maggiore o diversa da quella espressamente assegnata ed indicata nella concessione, né occupare, anche con piccole sporgenze o qualsiasi altro oggetto, spazi comuni riservati al transito, destinati a tutela di interessi pubblici e privati al regolare e sicuro funzionamento dell' intero complesso commerciale ed alla sua agevole frequentazione o comunque non in concessione.
- 5 La merce appesa deve rimanere entro i limiti dello spazio assegnato a terra, con divieto di esporre la merce sul suolo, ad esclusione delle piante, dei fiori e delle calzature. Le attrezzature di copertura non devono superare in lunghezza la misura assegnata di oltre mt. 0,50 per lato, in larghezza non oltre mt. 1,00, con altezza non inferiore a mt. 2,60 a condizione che non siano di impedimento al flusso pedonale ed alle operazioni di mercato in genere, che non occultino la visibilità dei banchi e che non siano di intralcio all'accesso ed all'operatività dei mezzi di soccorso. Salvo che non sia diversamente disposto, ogni operatore deve osservare il rispetto della distanza di un metro tra un posteggio e l'altro.
- 6 Le corsie di passaggio fra le installazioni degli esercizi dei nuovi mercati non potranno essere inferiore a metri 2,50.
5. I posteggi devono avere una superficie utile tale da poter essere utilizzati anche dagli automezzi attrezzati come punti di vendita.
6. Tra un posteggio e l'altro dovrà essere previsto uno spazio divisorio nella misura di almeno m.1,00 e dovrà essere lasciato sempre libero da cose e attrezzature
- 7 Gli assegnatari del posteggio utilizzano il plateatico loro assegnato per la esposizione e la vendita della merce che potrà avvenire sia con banco tradizionale che con il supporto del veicolo non attrezzato, a condizione che occupi esclusivamente lo spazio coincidente con le dimensioni del posteggio. Pertanto è consentita la sistemazione del veicolo a tergo o a lato del banco vendita nell'ambito degli spazi espressamente assegnati e qualora non occultati la visibilità dei banchi limitrofi e non sia di ostacolo alla circolazione sia pedonale che veicolare. Non ricorrendo dette condizioni, il mezzo dovrà essere rimosso dopo le operazioni di carico e scarico di merci e attrezzature, per essere ricoverato in altro luogo di sosta.
- 8 Tutte le attrezzature collocate dagli operatori nei mercati di ogni tipo, devono essere rimosse dalle aree al termine dello svolgimento dell'attività.

Articolo 19 - Orario di vendita

1. L'Amministrazione Comunale fissa gli orari entro i quali i concessionari devono lasciare libera l'area da qualsiasi struttura, onde consentirne, al termine dell'orario di vendita, la piena e diversa usufruibilità ai cittadini.
2. Se non diversamente previsto, i posteggi sui mercati devono essere occupati entro le ore 08:00, ora in cui avrà inizio la vendita che terminerà alle ore 13:00; è consentito l'accesso per il carico e scarico delle merci dalle ore 7:00 alle ore 8:00 e dalle ore 13:00 alle ore 14:00, ora in cui deve essere lasciata libera l'area di mercato.
3. Alle ore 8:00, in caso di assenza degli assegnatari o comunque in caso di posteggi in attesa di assegnazione, si procede all'assegnazione da parte della Polizia Municipale, secondo le modalità di cui agli articoli successivi.
4. I mercati che si svolgono al pomeriggio avranno orario di vendita dalle 16:00 alle 24:00, l'area dovrà essere lasciata libera entro le 01:00.
5. Per ricorrenze particolari gli orari verranno stabiliti in relazione all'esigenza dell'utenza, e mantenuti per tutta la durata della manifestazione.
6. La fascia oraria di vendita non sarà inferiore a 4 ore e non superiore a 18 ore giornaliere, anche frazionate.
7. L'Amministrazione, sentite le associazioni degli operatori e dei consumatori provvede altresì a stabilire deroghe limitate nel tempo ai normali orari di vendita.

Articolo 20 - Prescrizioni

1. Ciascun posteggio deve essere utilizzato rispettando il settore o la specializzazione merceologica cui è destinato. E' vietato esercitarvi il commercio di generi diversi da quelli ammessi e per i quali risulta istituito in base al presente regolamento ed al Piano del Commercio.
2. La concessione del posteggio può essere ceduta esclusivamente con l'azienda commerciale. E' vietato l'abbinamento, lo spostamento e lo scambio di posteggi di vendita.
3. E' fatto obbligo all'operatore di lasciare l'area utilizzata libera da carta, cartone, ingombri e di rimuovere da essa tutti i rifiuti prodotti.
4. E' rigorosamente vietato danneggiare le siepi, gli alberi, infiggervi chiodi, appendere oggetti di qualsiasi genere, strappare rami, foglie, calpestare le aiuole o il tappeto erboso.
5. I titolari dei posteggi sono responsabili dei danni arrecati al suolo sottostante, alle aree dei giardini prospicienti e retrostanti il loro banco, compresi quelli alle piante, alle aiuole, alle panchine, agli impianti esistenti, ai giardini pubblici.
6. Il Comune può richiedere agli operatori il versamento di una cauzione a garanzia del rispetto delle prescrizioni di cui ai commi precedenti,
7. E' vietato importunare il pubblico con grida, rumori ed esercitare la vendita con altoparlanti di qualsiasi specie e o con insistenti offerte di merci; la vendita di musicassette, dischi, C. D. e similari, potrà essere effettuata con l'uso di apparecchiature acustiche, sempreché il volume sia minimo, da concordare con il Personale di Vigilanza della Polizia Amministrativa, e tale da non recare disturbo agli stessi operatori collocati negli spazi limitrofi ed ai residenti nella zona.
8. E' obbligatoria la permanenza degli operatori per tutta la durata del mercato o della fiera. In caso contrario l'operatore, salvi i documentati casi di forza maggiore, sarà considerato assente a tutti gli effetti.
9. Ai concessionari è fatto obbligo:

- a. di fornire ai funzionari ed agli agenti di vigilanza le notizie che vengono richieste inerenti all'attività svolta nei mercati;
 - b. osservare, oltre le norme di legge vigenti in materia, anche quelle di cui al presente regolamento, le disposizioni dei Regolamenti di Polizia Urbana e di Igiene, le ordinanze Sindacali e dirigenziali e le disposizioni impartite dal personale di vigilanza;
 - c. esibire a richiesta dei funzionari ed Agenti, ogni documento inerente l'attività, nonché dimostrativo dell'identità personale.
- 10 La violazione delle prescrizioni del presente articolo e di quelle contenute negli art. 14 e 15, comporta l'applicazione delle sanzioni previste dalla normativa vigente.

Articolo 21- Posteggi riservati ad imprenditori agricoli

- 1 L'esercizio dell'attività commerciale da parte di imprenditori agricoli si svolge con le modalità previste dall'art. 4 del Dlgs n. 228/2001. Per imprenditore agricolo si intende l'imprenditore agricolo professionale singolo ed associato di cui all'art. 1 del D.lgs 29 marzo 2004, n° 99 e dell'art. 1 del D.lgs 27 maggio 2005, n° 101.
- 2 Apposite aree di mercato in una percentuale comunque non inferiore al 30% della superficie totale devono essere riservate agli imprenditori agricoli. Avranno la precedenza gli imprenditori agricoli associati.
- 3 Individuati i posteggi nel mercato riservati ai produttori agricoli, (comma 5) ai sensi della normativa regionale, L'Amministrazione Comunale rilascia la concessione decennale del posteggio e la relativa autorizzazione ai sensi della normativa vigente, sulla base di una graduatoria formulata tenendo conto dei criteri e ordine di priorità al comma 3 dell'art. 5 del presente Regolamento.
- 4 Si applica il comma 2 dell'articolo precedente
- 5 Al fine di favorire la vendita di prodotti da parte di imprenditori agricoli l'Amministrazione Comunale destina una congrua riserva, sia di posteggi dati in concessione sia di posteggi liberi, ad imprenditori agricoli, non inferiore alla percentuale del 30% degli spazi disponibili.
- 6 E' consentita, in virtù della stagionalità cui è soggetta la produzione agricola, l'assegnazione dei posteggi per una durata che, su richiesta dell'interessato, potrà essere:
 - a. decennale, con validità estesa all'intero anno solare;
 - b. decennale, ma con validità limitata ad uno o più periodi dell'anno, anche se frazionati, complessivamente non inferiori a 60 giorni e non superiori a 180.
 - c. stagionale, con validità limitata esclusivamente ad una stagione.

Articolo 22 - Modalità di registrazione e calcolo del numero delle presenze

1. L'operatore assegnatario è tenuto ad essere presente sul mercato, nel posteggio assegnato, entro l'orario previsto per l'inizio delle vendite.
2. L'operatore assegnatario che nel giorno di svolgimento del mercato non sia presente nel posteggio entro l'orario previsto per l'inizio delle vendite, è considerato assente.
3. E' obbligatoria la permanenza degli operatori per tutta la durata del mercato. In caso contrario l'operatore, salvo casi di forza maggiore previsti dalla legge sarà considerato assente a tutti gli effetti.

4. Per presenze in un mercato si intende il numero delle volte in cui l'operatore si è presentato al mercato prescindendo dal fatto che vi abbia potuto o meno svolgere l'attività commerciale, purché ciò non dipenda da sua rinuncia.
5. L'attività di registrazione delle presenze è effettuata dalla Polizia Annonaria del Comune. Le graduatorie con l'indicazione delle presenze, sono pubbliche e consultabili.

Articolo 23- Modalità di assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque non assegnati

1. L'assegnazione dei posteggi liberi ha validità giornaliera.
2. L'operatore assegnatario che, nel giorno di svolgimento del mercato, non è presente nel posteggio entro l'orario prefissato per l'inizio delle vendite, è considerato assente e si procede all'assegnazione del posteggio ad altro operatore.
3. Il 30% dei posteggi liberi sono assegnati agli imprenditori agricoli, di cui al comma 5 dell'art. 2 delle Direttive regionali. In assenza di imprenditori agricoli o in mancanza della copertura dei posteggi loro riservati, l'assegnazione di tali posteggi viene effettuata con le modalità di cui al primo comma agli altri operatori.
4. La stessa procedura prevista dai commi precedenti, si applica ai posteggi non assegnati a seguito di bando.
5. L'assegnazione dei posteggi occasionalmente liberi o comunque in attesa di assegnazione, per tutte le ipotesi sopra previste, è effettuata dalla Polizia Annonaria, adottando come criterio quello del più alto numero di presenze. A parità di anzianità di presenze nel mercato, si tiene conto dell'anzianità complessiva maturata, anche in modo discontinuo, rispetto alla data di iscrizione al registro delle imprese per l'attività di commercio al dettaglio su aree pubbliche. In caso di eredità, si considera l'iscrizione al registro delle imprese del deceduto.
6. L'assegnazione temporanea viene effettuata obbligatoriamente tenendo conto della destinazione – alimentare e non alimentare – e, nell'ambito del settore non alimentare, prioritariamente nel rispetto della specializzazione merceologica delle aree.
7. L'assegnazione temporanea è effettuata per i posteggi su area scoperta ed è esclusa, di norma, per i posteggi dotati di strutture, attrezzature, arredi o altro o su cui insistono chioschi e simili di proprietà del Concessionario o, per quelli non assegnati, dell'Amministrazione Comunale, soggetti a particolare tutela ambientale.

Articolo 24- Modalità di assegnazione dei posteggi stagionali

1. Le istanze per l'assegnazioni di posteggi a carattere stagionale vanno inoltrate al Comune dal 10 gennaio al 28 febbraio di ciascun anno.
2. la graduatoria verrà predisposta, secondo i criteri sopra esposti ai precedenti articoli, entro il 1° aprile, termine da cui decorre la stagionalità.
3. La graduatoria, una volta esaurito nell'ordine il numero dei titolari, corrispondente ai posti disponibili, vale come graduatoria degli spuntisti (coloro che operano in caso di assenza del titolare) coloro che avranno inoltrato la domanda dopo la pubblicazione della graduatoria, concorreranno come spuntisti, di seguito nella graduatoria medesima, nell'ordine cronologico di presentazione.
5. Le istanze dovranno contenere i dati soggettivi, il tipo di attività che si intende esercitare e la indicazione dell'anzianità di frequenza del mercato.

Articolo 25- Modalità di assegnazione dei posteggi in occasione di sagre, feste e ricorrenze patronali

- 1 Il numero delle postazioni da assegnare per la vendita di torrone, frutta secca e merci varie, in occasione di sagre, feste, ricorrenze patronali e manifestazioni varie è variabile di volta in volta, a seconda della disponibilità degli spazi pubblici utilizzabili, tenuto conto delle aree impegnate nelle manifestazioni stesse anche per altri fini, compatibilmente con il sistema della viabilità automobilistica e del traffico pedonale.
- 2 Il dirigente competente, previo parere del Comando di Polizia Municipale in ordine ai problemi di viabilità e traffico succitati, procederà all'assunzione dei provvedimenti attuativi conseguenti.
- 3 Gli aventi diritto, al fine della assegnazione del posteggio secondo le modalità e le priorità stabilite dalla legge e dal presente Regolamento, dovranno provvedere in tempo utile al pagamento dei relativi diritti di mercato.
- 4 A decorrere dal 10° giorno precedente la manifestazione, nel caso gli aventi diritto non avessero già provveduto ad effettuare i versamenti dovuti e a munirsi dell'autorizzazione di cui agli articoli precedenti, gli Uffici competenti provvederanno all'assegnazione dei posteggi agli operatori nell'ordine in cui si presenteranno per regolarizzare la loro istanza, prescindendo dalle priorità previste.
- 5 L'attribuzione delle postazioni di vendita, nell'ambito dell'area concessa, sarà gestita dal Comitato Organizzatore dell'evento sotto stretto controllo dell'amministrazione.

Articolo 26- Modalità di assegnazione dei posteggi in occasione di manifestazioni o eventi culturali ed artistici.

- 1 Il numero delle postazioni da assegnare per la vendita di beni ed articoli in occasione di manifestazioni o eventi culturali ed artistici è variabile di volta in volta, a seconda della disponibilità degli spazi pubblici utilizzabili, tenuto conto delle aree impegnate nelle manifestazioni stesse anche per altri fini, compatibilmente con il sistema della viabilità automobilistica e del traffico pedonale.
- 2 Il dirigente competente, previo parere del Comando di Polizia Municipale in ordine ai problemi di viabilità e traffico succitati, procederà all'assunzione dei provvedimenti attuativi conseguenti.
- 3 Gli aventi diritto, al fine della assegnazione del posteggio secondo le modalità e le priorità stabilite dalla legge e dal presente Regolamento, dovranno provvedere in tempo utile al pagamento dei relativi diritti di mercato.
- 4 A decorrere dal 10° giorno precedente la manifestazione, nel caso gli aventi diritto non avessero già provveduto ad effettuare i versamenti dovuti e a munirsi dell'autorizzazione di cui agli articoli precedenti, gli Uffici competenti provvederanno all'assegnazione dei posteggi agli operatori nell'ordine in cui presenteranno per regolarizzare la loro istanza, prescindendo dalle priorità previste.
- 5 L'attribuzione delle postazioni di vendita, nell'ambito dell'area concessa, sarà gestita dal Comitato Organizzatore dell'evento sotto stretto controllo dell'amministrazione.

Articolo 27 - Decadenza della concessione decennale del posteggio e revoca della relativa autorizzazione

1. La concessione di posteggio decade e la relativa autorizzazione è revocata nel caso in cui l'operatore non utilizzi il posteggio assegnato per periodi di tempo superiori, complessivamente, a quattro mesi in un anno solare, ovvero superiori ad un terzo del periodo di operatività del mercato ove questo sia inferiore all'anno solare, fatti salvi i casi di assenza per malattia, gravidanza o servizio militare.
2. Il Sindaco può revocare la concessione del posteggio, per motivi di pubblico interesse, senza oneri per l'Amministrazione comunale.

3. Solo ed esclusivamente per i mercati esistenti, i posti disponibili per cessione attività , per decadenza o per revoca, sono assegnati automaticamente agli spuntisti secondo la graduatoria di ciascun mercato, fatti salvi i diritti di miglìoria dei titolari.
4. I posteggi divenuti disponibili a seguito di revoca e decadenza vengono rassegnati mediante predisposizione di bando pubblico.

Articolo 28 - Festività

1. Nelle giornate festive i mercati, compatibilmente con le vigenti disposizioni di legge, saranno disciplinati con apposito provvedimento del Dirigente responsabile, sentite le Associazioni di categoria.

Articolo 29 – Aree interdette al commercio itinerante- divieti e limitazioni

- 1 E' vietata tassativamente ogni forma di commercio itinerante con o senza veicolo o altra attività, nelle seguenti vie cittadine : Lungomare Valencia, Via Gramsci, Via Carducci, Piazza della Mercedes, Via Nuoro, Via La Marmora, Via Asfodelo, Via XXIV Maggio, nell'area del Centro Storico (zona A del P.R.G.) delimitata dalle suddette vie, e nelle aree individuate dal Piano per il commercio su aree pubbliche, dove la forma itinerante non potrà essere esercitata a distanza inferiore a 500 mt dalle postazioni assegnate, della stessa merceologia.
- 2 Fermi restando i divieti di cui sopra, è consentito il commercio itinerante esclusivamente laddove esercitato con veicoli a motore di cilindrata non superiore a 50 cc., se termico, o con capacità di sviluppare una velocità non superiore a 45 Km/h, in tutto il centro abitato, compresa la borgata di Fertilia. E' consentito, inoltre, l'esercizio del commercio itinerante anche con veicoli con caratteristiche superiori a quelle dinnanzi descritte, in tutti i posteggi liberi previsti dal presente Piano.

SANZIONI

Articolo 30 – Sanzioni pecuniarie accessorie

- 3 L'inosservanza delle prescrizioni igienico sanitarie di cui all'art. 17 del presente Regolamento, comporteranno l'applicazione per le prime due violazioni accertate e contestate la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da € 25,00 a € 250,00. Le violazioni delle prescrizioni di cui sopra, per la terza volta comporterà la revoca immediata d'ufficio della postazione assegnata.
- 2 l'autorizzazione è revocata :
 - a) nel caso in cui il titolare non inizia l'attività entro sei mesi dalla data dell'avvenuto rilascio, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
 - b) nel caso di decadenza dalla concessione del posteggio per mancato utilizzo del medesimo in ciascun anno solare per periodi di tempo complessivamente superiori a quattro mesi , ovvero per periodi superiori ad 1/3 del tempo di operatività del mercato, salvo in caso di assenza per malattia, gravidanza o servizio militare debitamente documentati entro 30 giorni dall'assenza;
 - c) nel caso in cui il titolare non risulti più provvisto dei requisiti di cui all'art. 5 del D. Lgs 114/1998 comma 2.
 - d) per mancata pagamento dei diritti di mercato per più di due mensilità, fatta salva eventuale sanatoria a norma delle specifiche disposizioni in materia di tributi comunali.

Riferimenti normativi	Descrizione violazione	Sanzione
Articolo 18, comma 1, Legge Regionale n. 5 del 18/05/2006	Chiunque eserciti il commercio su aree pubbliche: <ul style="list-style-type: none"> • Senza la prescritta autorizzazione; • Senza l'autorizzazione o il permesso di cui all'art.28, commi 9 e10 del D. Dlgs114/98 <i>(nelle aree demaniali, negli aeroporti, nelle stazioni e nelle autostrade)</i> 	Sanzione amministrativa del pagamento di una somma da € 2.500,00 a € 15.000,00e con la confisca delle attrezzature e della merce.
Articolo 18, comma 4, Legge Regionale n. 5 del 18/05/2006	Chiunque eserciti il commercio su aree pubbliche: <ul style="list-style-type: none"> • Fuori dal territorio previsto dalla autorizzazione stessa <i>(deve ritenersi che eserciti il commercio fuori dal territorio previsto dalla autorizzazione stessa, l'operatore che, in possesso dell'autorizzazione di cui alla lettera a) comma 1 dell'Articolo 14, Legge Regionale n. 5 del 18/05/2006(occupi un posteggio diverso da quello concesso nell'ambito dello stesso mercato o un posteggio all'interno di un altro mercato, ma sempre, comunque nel territorio comunale, senza averne il diritto);</i> • Violandole limitazioni e i divieti stabiliti dalla deliberazione del Consiglio Comunale di approvazione del Piano del Commercio e del presente Regolamento <i>(operatore itinerante che svolge l'attività nelle aree vietate o in contrasto con le modalità previste dal presente Regolamento, occupazione senza titolo delle aree oggetto di commercio su aree pubbliche, esposizione di merce utilizzando le tende parasole od altro al di fuori dell'area concessa e per tutto quanto contrasti con le norme comunali)</i> 	Sanzione amministrativa del pagamento di una somma da € 500,00 a € 3.000,00.
Articolo 17, comma 4, Legge Regionale n. 5 del 18/05/2006	In caso di svolgimento abusivo dell'attività	Il Sindaco ordina la sospensione dell'attività di vendita con al confisca delle attrezzature e delle merci.
Articolo 29, comma 3, D. Lgs114/98	In caso di particolari gravità o di recidiva nelle violazioni di cui ai commi 1 e 2 <i>(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)</i>	Il Sindaco può disporre la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni.

3 Per le violazioni di cui al presente articolo l'autorità competente è il Sindaco. (D. Lgs 114/1998)

ABROGAZIONI

Articolo 31 – Abrogazione di norme

Con l'entrata in vigore del presente Regolamento, sono abrogate tutte le precedenti disposizioni, in materia vigenti presso l'Ente, e con lo stesso in contrasto.



Testo dell'elaborato 5C) – allegato parte integrante del Piano Commerciale – così come approvato, previo emendamento, dal Consiglio comunale nella seduta del 03.10.2007, con atto n° 20.

5 c

PIANO COMMERCIALE

COMUNE DI ALGHERO

SETTORE COMMERCIO

PIANO PER LE ATTIVITA' SU AREE PUBBLICHE

**AREE PER LAVORAZIONE E CESSIONE DI
PRODOTTI ARTIGIANALI ED ARTISTICI**

Redattori:
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

1-Piano delle Aree per lavorazione e cessione di prodotti artigianali e artistici	3
2- Modalità di assegnazione delle postazioni	3
3- Schema riassuntivo	4

1-Piano delle Aree per lavorazione e cessione di prodotti artigianali e artistici

Nel Piano per le attività su aree pubbliche sono individuate delle aree a vantaggio esclusivamente di operatori per l'esercizio di arti, professioni e mestieri nonché la cessione dei loro prodotti.

Le postazioni, complessivamente 27, di cui n. 20 per lavorazioni manuali varie, n. 5 per pittori ritrattisti e artisti in genere araldica, n. 2 per mestieri girovaghi vari, saranno posizionate nel Lungomare Dante, lungo il lato sinistro della carreggiata, (percorrendo la via dall'incrocio con la via Gramsci fino all'incrocio con la via Leopardi), intervallando gli spazi occupati dalle attività commerciali presenti nel lungomare Dante.

Nella localizzazione delle postazioni si dovrà rispettare l'arredo urbano esistente, panchine e quant'altro, lasciandole libere per un uso pubblico e non ostruite con prodotti o mezzi dell'operatore. Gli operatori per l'esposizione delle loro merci, dovranno servirsi di attrezzature leggere, di piccole ed uguali dimensioni l'una all'altra o se diverse rispettare una modularità. Le strutture dovranno essere facilmente smontabili ed asportabili, con illuminazione a cura dell'operatore e in sussidio dell'illuminazione pubblica, da effettuarsi con lampade ad alimentazione autonoma, non elettrica.

L'evento avrà durata stagionale, dal 1° Aprile al 15 ottobre e opererà dalle ore 20:00 alle ore 02.00 del giorno successivo, lo stesso potrà tenersi anche nel periodo ricompreso tra il lunedì antecedente la Pasqua di ciascun anno, e il lunedì dell'Angelo compreso.

I prodotti posti in vendita dovranno provenire esclusivamente da attività manuali varie, o dal lavoro artistico di cui all'art. 4 comma 2 lettera h) del D.lgs. n° 114 del 31/03/1998.

Una postazione della stessa tipologia sarà localizzata in piazza Sventramento.

2- Modalità di assegnazione delle postazioni

- 1 Gli operatori interessati all'occupazione di una postazione per la lavorazione e la cessione di prodotti artigianali dovranno presentare

istanza nelle forme di legge, pena l'inammissibilità, dal 1° gennaio al 28 febbraio di ogni anno.

- 2 Nella formazione della graduatoria, predisposta dai competenti Uffici entro il 15 maggio di ogni anno, si terrà conto prioritariamente dell'anzianità di esercizio, e in subordine, a parità di condizioni, della data di presentazione della domanda, facendo fede, al riguardo, la data di spedizione della raccomandata postale o il numero del Protocollo Generale.
- 3 La graduatoria, oltre al numero dei posti disponibili (27 postazioni), vale come graduatoria degli spuntisti. Coloro che presenteranno la domanda oltre la data del 28 febbraio saranno considerati spuntisti fuori graduatoria, in base alla data di presentazione della domanda.
- 4 A conclusione della stagione, la concessione scade e non costituisce alcun titolo per le stagioni successive, essendo la stessa a carattere prettamente temporaneo e stagionale.

3- Schema riassuntivo

Aree per lavorazioni e cessioni di prodotti artigianali e artistici (Mestieri girovagli, lavorazioni manuali varie e simili) Passeggiata lungo mare Dante , lato sinistro - Mesi estivi . 01/04 – 15/10			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Nell'area data in concessione potranno essere venduti solo i prodotti realizzati dagli operatori
0	27	27	Arti e mestieri

Aree per lavorazioni e cessioni di prodotti artigianali e artistici Piazza Sventramento –Mesi estivi			
Numero postazioni esistenti	Numero postazioni previste	Incremento	Nell'area data in concessione potranno essere venduti solo i prodotti realizzati dagli operatori
0	1	1	Pittore



COMUNE DI ALGHERO
SETTORE COMMERCIO

**PIANO PER LE ATTIVITA' DI PROMOZIONE
DELLE ATTIVITA' LOCALI**

**INTERVENTI A SOSTEGNO DELLA DIFFUSIONE
DEI CENTRI COMMERCIALI NATURALI**

Redattori :
Arch. M. Costanza Cartamantiglia
Dott. Salvatore Cataldi
Arch. Enrico Piazze

Collaboratori:
Ing. Roberto Ferrara

PREMESSA	3
1- INCENTIVI A FAVORE DEI CENTRI COMMERCIALI NATURALI.....	3
2- PRIORITÀ NELLE AGEVOLAZIONI	4
3- INTERVENTI A FAVORE DEI COMUNI	4
4- INTERVENTI DA PARTE DEI COMUNI	4
5- PROPOSTA DI INCENTIVI PER IL RECUPERO DI SPAZI URBANI	5

PREMESSA

Le modifiche introdotte dalla recente normativa regionale sul commercio incidono favorevolmente sullo sviluppo dei centri commerciali naturali e in generale sullo sviluppo delle micro imprese e sulla loro aggregazione.

La L.R. 5/2006 prevede espressamente misure incentivanti per favorire la nascita di aggregazioni d'impresa, identificate come Centri Commerciali Naturali, il loro sviluppo e il loro ruolo nella riqualificazione urbana. L'attenzione data dalla Amministrazione Regionale a tale forma d'aggregazione imprenditoriale è evidenziata dalla priorità riconosciuta alle piccole e medie imprese facenti parte dei centri commerciali naturali, nel caso queste volessero concorrere ai finanziamenti erogati in base alla L.R. 9/2002.

La normativa regionale prevede inoltre misure d'incentivo per progetti derivanti dalla necessaria collaborazione fra Amministrazioni Comunali e associazioni d'impresa, creando una commistione d'interessi ed esigenze in grado di produrre i migliori risultati.

1- Incentivi a favore dei Centri Commerciali Naturali

E' individuata dall'art. 36 della L.R. 5/2006 la misura delle agevolazioni concesse per i Centri Commerciali Naturali, che potranno godere di contributi nella misura massima del 70 % delle spese ritenute ammissibili.

L'agevolazione è erogata con il limite previsto dalla normativa comunitaria istitutiva degli aiuti "de minimis" ed è sorretta anche da una modifica apportata alla L.R. 9/2002, nella quale è inserito il seguente

Articolo 8bis (valorizzazione dei centri urbani):

1. Nell'ambito della disciplina comunitaria "de minimis" sono finanziate la costituzione e le iniziative dei centri commerciali naturali – di cui al comma 8 dell'articolo 1 della legge regionale 25 febbraio 2005, n. 5 – tese alla valorizzazione dei centri urbani.

2- Priorità nelle agevolazioni

Nell'art. 37 della L.R. 5/2006 ci crea un canale preferenziale per l'accesso alle agevolazioni erogate dalla legge regionale 9/2002. Le priorità sono espressamente riconosciute per piccole e medie imprese facenti parte dei centri commerciali naturali. Si rafforza in tal modo l'impulso dell'Amministrazione Regionale allo sviluppo della cooperazione tra operatori inquadrati in imprese di medio piccole dimensioni.

3- Interventi a favore dei Comuni

L'obiettivo della riqualificazione urbana, più volte preso in considerazione nella recente legislazione regionale è ulteriormente ribadito dall'art. 38 della L.R. 5/2006, che prevede provvidenze a favore dei Comuni per la realizzazione di progetti di riqualificazione urbana di siti in cui operano i centri commerciali naturali.

Fra i Comuni viene attribuita priorità a quelli che presentino progetti in collaborazione con i centri commerciali naturali.

4- Interventi da parte dei Comuni

Le possibilità offerte dalla L.R. 5/2006 rappresentano indubbiamente un'ottima occasione per le Amministrazioni Comunali che vogliano intraprendere azioni di riqualificazione urbana e allo stesso tempo ripopolare le stesse dal punto di vista economico.

Oltre alla collaborazione fattiva per tali progetti l'amministrazione Comunale può intervenire con proprie misure d'incentivo che possano ulteriormente invogliare gli operatori economici ad iniziare un'attività in simbiosi con altre tipologie commerciali e di servizi.

Nel pieno rispetto della normativa regionale, l'Amministrazione Comunale può promuovere e incentivare la creazione di centri commerciali naturali.

In ogni caso le misure di promozione e incentivazione possono essere dirette a forme di associazionismo che raggruppino attività di somministrazione, commerciali e artigianali e che decidano di svolgere la loro attività:

- in aree del Centro Storico poco servite e poste al di fuori dei principali flussi di traffico pedonale;
- in aree del centro urbano ed extraurbano scarsamente servite rispetto alla densità abitativa;
- in aree a forte vocazione turistica;
- in aree di servizio, anche portuale, laddove siano necessari servizi primari ai fruitori dei servizi;
- in aree di particolare valore ambientale;
- in aree di prossimo sviluppo turistico, in grado di garantire una equa distribuzione degli utenti.

Le misure di promozione adottate dall'Amministrazione potranno tradursi in:

- agevolazioni o esenzioni sulla fiscalità locale;
 - orari di apertura e chiusura personalizzati;
 - assistenza nell'istruttoria degli adempimenti amministrativi
- e qualsiasi altra misura sia reputata idonea al perseguimento dello scopo.

5- Proposta di incentivi per il recupero di spazi urbani

L'Amministrazione Comunale può intervenire concretamente nell'ambito della sua opera istituzionale di riqualificazione urbanistica proponendo iniziative che incentivano una cultura del recupero degli spazi urbani.

La Proposta di progetto *"Adotta un angolo d'arredo urbano"* prevede un accordo di collaborazione tra privati, CCN, e Amministrazione comunale.

Come citato al precedente punto 1, i CCN possono proporre all'Amministrazione un Piano di arredo, dove gli oneri per la progettazione, la realizzazione e la manutenzione per un anno dell'opera di abbellimento, potrà essere scomputata con oneri per l'utilizzo di spazi pubblicitari e di suolo pubblico.

Il contratto potrà avere carattere annuale, tacitamente rinnovabile per un massimo di tre anni.

Una tale proposta può sostenere una forte caratterizzazione dell'offerta, tendente alla promozione dei prodotti locali che possano meglio identificare Alghero come città, prima storica e poi turistica.

Riferimenti normativi :

Legge Regionale del 18/05/2006 n° 5

Legge Regionale n° 9/2002.