

REGIONE PIEMONTE
PROVINCIA DI TORINO
COMUNE DI VAIE



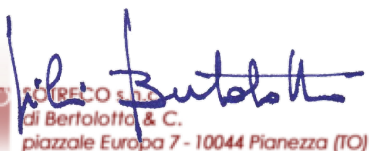
L. R. 12 novembre 1999 n. 28
D.C.R. n. 191 - 43016 del 20/11/2012

**“INDIRIZZI GENERALI E CRITERI DI
PROGRAMMAZIONE URBANISTICA PER
L'INSEDIAMENTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI”**

IL SINDACO:

NORME DI ATTUAZIONE

IL RESPONSABILE DEL SETTORE:


SOTRECO S.p.A.
di Bertolotto & C.
piazzale Europa 7 - 10044 Pianezza (TO)

Aprile 2014 - R01

REGIONE PIEMONTE

PROVINCIA DI TORINO

COMUNE DI VAIE



**CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER L'ESERCIZIO
DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO AI SENSI DEL TESTO COORDINATO
DELLA D.C.R. 191-43016 DEL 20 NOVEMBRE 2012**

NORME DI ATTUAZIONE

INDICE

PARTE I - PREMESSA	2
Articolo 1 – Definizioni	2
Articolo 2 – Prescrizioni generali	2
Articolo 3 – Obiettivi ed indirizzi dei Criteri	3
PARTE II – INDICAZIONI GENERALI	4
Articolo 4 – Definizioni tecniche.	4
Articolo 5 – Definizioni di offerta commerciale.	5
Articolo 6 – Classificazione delle tipologie di strutture distributive	6
Articolo 7 – Coerenza funzionale e urbanistica dello sviluppo urbano del commercio.	7
PARTE III – ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA	8
Articolo 8 – Programmazione comunale.	8
Articolo 9 – Zonizzazione	8
Articolo 10 – Individuazione degli addensamenti commerciali	9
Articolo 11 – Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali.	9
Articolo 12 – Individuazione delle localizzazioni commerciali	11
PARTE IV – COMPATIBILITÀ TERRITORIALE ALLO SVILUPPO	12
Articolo 13 – Compatibilità territoriale allo sviluppo	12
Articolo 14 – Provvedimenti relativi a nuove aperture, trasferimenti, variazione della superficie e del settore merceologico.	13
Articolo 15 – Priorità ed accorpamenti delle autorizzazioni	13
Articolo 16 – Esercizi di vicinato	13
PARTE V – COMPATIBILITÀ URBANISTICA ALLO SVILUPPO COMMERCIALE	15
Articolo 17 – Adeguamento del P.R.G.C., degli strumenti attuativi e dei regolamenti di polizia locale.	15
Articolo 18 – Standard e fabbisogno di parcheggi e di altre aree per la sosta.	15
Articolo 19 – Salvaguardia dei beni culturali e ambientali.	16
Articolo 20 – Verifica dell’impatto sulla viabilità e regolamentazione delle aree di sosta.	17
PARTE VI – DISPOSIZIONI FINALI	18
Articolo 21 – Interventi per il sostegno degli insediamenti commerciali.	18
Articolo 22 – Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi a costruire/DIA.	18
Articolo 23 – Forme particolari di commercio.	18
Articolo 24 – Norme finali	19

PARTE I - PREMESSA

Articolo 1 – Definizioni

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

Articolo 2 – Prescrizioni generali

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

Articolo 3 – Obiettivi ed indirizzi dei Criteri

1. In conformità con i risultati conseguiti dallo studio sull'organizzazione del commercio al dettaglio in sede fissa, e nel rispetto di quanto prescritto dall'articolo 1 del D. Lgs. 114/98, dall'articolo 1 della Legge Regionale e dall'articolo 2 degli Indirizzi Regionali, i presenti criteri perseguono i seguenti obiettivi generali e settoriali:
 - Favorire la modernizzazione del sistema distributivo di Vaie al fine di realizzare le condizioni per aumentare la sua produttività, la qualità del servizio reso e le informazioni al consumatore;
 - Favorire il mantenimento di una presenza diffusa e qualificata del servizio commerciale di prossimità nel centro urbano principale, affinché sia consentito un approvvigionamento facilitato per tutte le fasce della popolazione, anche attraverso l'eventuale intervento diretto dell'Amministrazione comunale con appositi Progetti Integrati di rivitalizzazione;
 - Orientare l'insediamento degli esercizi commerciali in aree idonee alla formazione di sinergie tra le differenti tipologie distributive e gli altri servizi, al fine di migliorare l'identificazione e la fruibilità del territorio nelle sue diverse funzioni;
 - Favorire la formazione di un sistema d'offerta articolato e composto da una vasta gamma di tipologie di strutture distributive, in modo che non si producano posizioni dominanti, così che il consumatore possa scegliere tra differenti alternative di offerta, favorendo la realizzazione di condizioni di concorrenza tra le imprese del settore;
 - Garantire le possibilità di recupero e sviluppo di quelle strutture commerciali localizzate all'interno del tessuto urbano, al fine di potenziare l'immagine qualitativa del centro storico stesso per migliorare il servizio alla collettività residente e fluttuante, realizzando anche appositi Progetti Integrati di rivitalizzazione (PIR).
2. Operativamente i presenti obiettivi si realizzano attraverso l'applicazione di norme coordinate di natura funzionale e di natura urbanistica, così come previste ai successivi articoli, tese a determinare misure di completamento, di riqualificazione, di valorizzazione e di salvaguardia della rete distributiva presente sul territorio comunale.

PARTE II – INDICAZIONI GENERALI

Articolo 4 – Definizioni tecniche.

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

condizioni di sicurezza solo per prendere visione dei prodotti non immediatamente asportabili, e non costituisce superficie di vendita.

7. La *superficie espositiva di merci non ingombranti* è quella parte dell'unità immobiliare, a destinazione commerciale, alla quale il pubblico non può accedere in alcun caso. L'operatore interessato a utilizzare questo tipo di superfici espositive deve preventivamente presentare comunicazione al comune indicando l'ubicazione della superficie espositiva di questo tipo e l'ubicazione dell'esercizio, anche in altro comune, dove avviene la vendita.
8. L'attività di vendita da parte di industriali o artigiani dei prodotti provenienti esclusivamente dall'esercizio della loro attività di produzione, può essere esercitata, ai sensi del D. Lgs. 114/98, in locali con libero accesso al pubblico (*spacci aziendali*), la cui superficie di vendita per un massimo di 150 mq., deve essere ricavata, in condizioni di sicurezza, negli immobili in cui si svolge la produzione. La presente superficie di vendita è assoggettata al rispetto dello standard a parcheggio di cui all'articolo 21 della Legge Regionale 56/77 e s.m.i..
9. Ai sensi dell'articolo 16 del D. Lgs. 114/98, la vendita di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo di accedervi, è soggetta ad apposita comunicazione al Comune. La vendita deve essere effettuata in locali non aperti al pubblico (*spacci interni*), che non abbiano accesso diretto dalla pubblica via. La comunicazione deve contenere quanto previsto dal comma 3 dell'articolo 16 del D. Lgs. 114/98.
10. La *superficie di vendita di un centro commerciale* è data dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi commerciali al dettaglio presenti in esso.
11. Per *commercio all'ingrosso* si intende l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione.

Articolo 5 – Definizioni di offerta commerciale.

1. Per offerta commerciale si intende il complesso dei prodotti e dei relativi servizi venduti da un singolo esercizio commerciale. Ai fini dei presenti Criteri, l'offerta commerciale si definisce come segue:
 - a. Offerta alimentare (settore merceologico alimentare)
 - b. Offerta extra alimentare (settore merceologico extra alimentare);

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

Articolo 6 – Classificazione delle tipologie di strutture distributive

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

Esercizi di vicinato

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

Medie strutture di vendita:

offerta alimentare e/o mista:

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

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

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

offerta non alimentare:

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

M-SE2: superficie di vendita da 401 a 900 mq
M-SE3: superficie di vendita da 901 a 1.500 mq

Grandi strutture di vendita:

offerta commerciale mista

G-SM1: superficie di vendita da 1.501 a 4.500 mq
G-SM2: superficie di vendita da 4.501 a 7.500 mq
G-SM3: superficie di vendita da 7.501 a 12.000 mq
G-SM4: superficie di vendita oltre 12.000 mq

offerta commerciale non alimentare

G-SE1: superficie di vendita da 1.501 a 3.500 mq
G-SE2: superficie di vendita da 3.501 a 4.500 mq
G-SE3: superficie di vendita da 4.501 a 6.000 mq
G-SE4: superficie di vendita oltre mq 6.000

Centri commerciali

Medie strutture di vendita

M-CC: da 251 a 2.500 mq di superficie di vendita complessiva

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

G-CC1: superficie di vendita fino a 6.000 mq
G-CC2: superficie di vendita da 6.001 a 12.000 mq
G-CC3: superficie di vendita da 12.001 a 18.000 mq
G-CC4: superficie di vendita oltre i 18.000 mq

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

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

1. Ai sensi del D. Lgs. 114/98, lo sviluppo del commercio non è soggetto ad alcuna limitazione quantitativa, fatto salvo il rispetto dei principi contenuti nell'articolo 41 della Costituzione e nella legge 287/90 recante le norme per la tutela della concorrenza e del mercato.
1. Per garantire il rispetto della libera concorrenza e per l'efficace perseguimento degli obiettivi di cui all'articolo 3 dei presenti Criteri e del D. Lgs. 114/98, si ritiene essenziale che non si formino posizioni dominanti, e pertanto, ferma restando l'assenza di vincoli quantitativi allo sviluppo complessivo nelle singole zone, sono posti limiti di dimensione ai singoli punti di vendita.
2. L'insediamento degli esercizi commerciali in sede fissa è compatibile su tutto il territorio comunale fatte salve le limitazioni di cui al Piano Regolatore Generale ed al successivo articolo 13 e articolo 14 sulla compatibilità territoriale allo sviluppo.

PARTE III – ASSETTO TERRITORIALE DELLA RETE DISTRIBUTIVA

Articolo 8 – Programmazione comunale.

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

Articolo 9 – Zonizzazione

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

Articolo 10 – Individuazione degli addensamenti commerciali

1. Ai sensi dell'articolo 13 degli Indirizzi Regionali il Comune riconosce nell'ambito del proprio territorio i seguenti tipi di addensamento commerciale:
 - a. **A.1 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE STORICO RILEVANTE.** È riconoscibile nell'area centrale corrispondente al centro storico ampliato a comprendere le attività commerciali ubicate nelle immediate vicinanze. È l'ambito commerciale di antica formazione, che si è sviluppato spontaneamente intorno al fulcro del centro urbano, caratterizzato da una buona densità commerciale e di servizi e da un'elevata densità residenziale. Corrisponde all'area delimitata dal perimetro tratteggiato in rosso riportata nella Tavola 1 "Criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'esercizio del commercio al dettaglio", allegata al presente articolato.
 - b. **A.4 – ADDENSAMENTO COMMERCIALE URBANO MINORE – STRADA MONCENISIO.** È riconoscibile all'interno del tessuto residenziale lambito dalla strada statale a nord (la SS25, che nel tratto urbano assume la denominazione di via Nazionale) e da due strade di importanza locale a ovest (via Martiri della Libertà) e a sud (via XXV Aprile e via Alberile).
2. Per una più precisa identificazione si fa riferimento alla cartografia allegata alle presenti norme.
3. Il Comune presenta delle caratteristiche urbanistiche e commerciali che non consentono di identificare altri tipi di addensamenti commerciali nell'ambito del proprio territorio.

Articolo 11 – Criteri per il riconoscimento delle localizzazioni commerciali.

1. Ai sensi dell'articolo 14, comma 1 e 2 degli Indirizzi regionali, solamente le localizzazioni commerciali urbane non addensate di tipo L.1 sono riconoscibili per iniziativa di chiunque ne abbia interesse rispettando integralmente i criteri ed i parametri di seguito riportati.
2. **Localizzazioni commerciali urbane non addensate L. 1.:** sono le zone del tessuto residenziale candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei residenti o al potenziamento dell'offerta nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Tali localizzazioni non devono far parte dell'addensamento storico rilevante (A. 1.) o dell'addensamento urbano minore A.4, così come definiti ed individuati dal precedente articolo 10.
3. Le localizzazioni di tipo L. 1. sono individuabili quando corrispondono ad aree totalmente intercluse nel tessuto urbano nell'ambito del cen-

tro abitato, che sono identificate nell'area di colore giallo riportata nella cartografia allegata ai presenti criteri. Esse sono preferibilmente lambite o percorse da assi viari di livello urbano, sempre che sia prevista la destinazione d'uso commerciale già al momento della presentazione dell'istanza di autorizzazione, nel rispetto totale dei seguenti parametri inderogabili e vincolanti. L'ordine di grandezza del parametro X.1. s'intende soddisfatto anche con valori ridotti di non più del 20 per cento rispetto a quelli indicati. Il parametro X.1 si intende soddisfatto anche nel caso in cui altre localizzazioni si riferiscano allo stesso nucleo residenziale.

EPIGRAFE	PARAMETRO	VAIE
Ampiezza del raggio del cerchio (mt.)	Y.1	500
Numerosità dei residenti nel cerchio	X.1	500
Distanza stradale del cerchio dall'area (mt.)	J.1	500
Dimensione massima della localizzazione (mq)	M.1	15.000

La dimensione massima della localizzazione si ottiene sommando la superficie territoriale di tutte le aree contigue in cui sia ammessa la destinazione commerciale e che contestualmente vedano al loro interno, al momento del riconoscimento, l'esistenza di strutture di media o grande dimensione, oppure consentano l'insediamento di esercizi di media o grande dimensione (siano cioè già state riconosciute come localizzazioni urbane non addensate di tipo L.1), anche se risultano separate da spazi pubblici o da opere di urbanizzazione primaria o secondaria.

4. **Localizzazioni commerciali urbano periferiche L. 2.:** sono le zone ubicate in prossimità del tessuto residenziale urbano, lambite preferibilmente da assi viari di primo livello. Sono candidate ad ospitare attività rivolte al servizio dei consumatori nel quadro del processo di riqualificazione urbana. Tali localizzazioni non devono far parte dell'addensamento storico rilevante (A. 1.) o dell'addensamento urbano minore A.4, così come definito ed individuato dal precedente articolo 10, nonché delle localizzazioni di tipo L. 1.
5. Come indicato nella relazione illustrativa dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per il commercio in sede fissa, nell'ottica di procedere a distribuire sul territorio il servizio commerciale che si è andato a localizzare in maniera addensata, non si individuano al momento attuale le condizioni per riconoscere nuove localizzazioni urbano periferiche di tipo L.2 in quanto la dinamica concorrenziale si riesce a esplicitare adeguatamente tra gli addensamenti riconosciuti.

Articolo 12 – Individuazione delle localizzazioni commerciali

1. Chiunque ne sia interessato potrà richiedere il riconoscimento di localizzazioni commerciali urbane non addensate di tipo L. 1., purché risultino totalmente intercluse per almeno tre lati nel tessuto residenziale attuale o programmato, in tutte quelle aree in cui il P.R.G.C. indichi come destinazione d'uso il commercio già al momento della presentazione dell'istanza di autorizzazione, sempre che dimostri il rispetto integrale dei parametri indicati all'articolo 11 delle presenti norme.

PARTE IV – COMPATIBILITÀ TERRITORIALE ALLO SVILUPPO

Articolo 13 – Compatibilità territoriale allo sviluppo

1. Ai sensi dell'articolo 17 degli Indirizzi Regionali, la compatibilità territoriale allo sviluppo di ciascuna tipologia di strutture distributive delinea il modello di rete commerciale in sede di nuova apertura, di variazione di superficie di vendita, di trasferimento di sede di esercizi commerciali, di modifica o aggiunta di settore merceologico e di rilascio di permesso di costruire o autorizzazione edilizia relativa agli insediamenti commerciali.
2. Per ciascun addensamento commerciale e per ciascuna localizzazione commerciale si individuano le seguenti compatibilità tipologico funzionali:
- 3.

TIPOLOGIE	SUPERFICI VENDITA	ADDESAMENTI		LOCALIZZAZIONI
		A. 1.	A. 4	L. 1
Vicinato	Fino a 150	SI	SI	SI
M-SAM 1	151-250	SI	SI	SI
M-SAM 2	251-900	SI	SI	SI
M-SAM 3	901-1500	NO	SI	SI
M-SE 1	151-400	SI	SI	SI
M-SE 2	401-900	NO	SI	SI
M-SE 3	901-1500	NO	SI	SI
M-CC	151-1.500	SI	SI	SI

4. Per il rilascio delle autorizzazioni relative alle grandi strutture di vendita si applica la tabella di compatibilità territoriale di cui all'articolo 17 degli Indirizzi regionali.
5. Ai sensi dell'articolo 16 degli Indirizzi Regionali, l'apertura, il trasferimento e la variazione della superficie di vendita degli esercizi commerciali non è soggetta ad alcuna limitazione quantitativa, per comune e per zona, fatto salvo il rispetto dei principi contenuti nell'articolo 41 della Costituzione e nella l. 287/1990, nel d.lgs. 59/2010, nel d.l. 201/2011 convertito dalla l. 214/2011 e nel d.l. 1/2012 convertito dalla l. 27/2012. E' considerata coerente con l'utilità sociale e funzionale al conseguimento dell'obiettivo di promozione della concorrenza, la realizzazione delle tipologie distributive che rispondono ai requisiti previsti dal presente regolamento. Negli altri casi, il contrasto con l'utilità sociale è determinato valu-

tando, per le medie e grandi strutture di vendita, le esternalità negative e gli altri analoghi effetti indotti, quali ad esempio: il grave intralcio al sistema del traffico, l'inquinamento ambientale (anche acustico, in prossimità delle residenze), evidenti effetti negativi sulla produttività del sistema, effetti restrittivi sulla concorrenza nell'area di programmazione commerciale. I criteri di valutazione delle esternalità negative sono quelli definiti con deliberazione della Giunta regionale.

6. Ai sensi dell'articolo 16, comma 2, degli Indirizzi Regionali, le domande di autorizzazione relative ad esercizi con superficie di vendita superiore a mq. 900 devono essere corredate da idonei studi di impatto economico e ambientale

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

1. La nuova apertura, il trasferimento di sede, la variazione della superficie di vendita e di settore merceologico sono consentite nel rispetto di quanto definito dall'articolo 15 degli Indirizzi regionali, assoggettandoli ad autorizzazione o a SCIA secondo quanto stabilito nel citato articolo degli Indirizzi regionali.

Articolo 15 – Priorità ed accorpamenti delle autorizzazioni

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

Articolo 16 – Esercizi di vicinato

1. Gli esercizi di vicinato, così come definiti ai sensi dell'articolo 7 del D. Lgs. 114/98, possono insediarsi su tutto il territorio comunale nel rispetto delle destinazioni d'uso stabilite dal P.R.G.C.
2. Le nuove aperture, i trasferimenti di sede e gli ampliamenti degli esercizi di vicinato sono consentiti previa Segnalazione Certificata di Inizio Attività (S.C.I.A.), come prevista dall'articolo 7 del D. Lgs. 114/98 e dall'art. 19 della Legge 240/95, e dimostrazione del rispetto degli standard urbanistici (se dovuti) relativi alle superfici da destinare a parcheggio stabiliti dal P.R.G.C.

3. L'area relativa alla soddisfazione degli standard a parcheggio deve essere ricavata nell'area di pertinenza dell'edificio in cui è ubicata l'unità commerciale e comunque al di fuori della viabilità pubblica.

PARTE V – COMPATIBILITÀ URBANISTICA ALLO SVILUPPO COMMERCIALE

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

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

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

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

TIPOLOGIE	Superficie di vendita	Formula da applicare
M SAM 2	401 – 900	$N = 35 + 0,05 (S - 400)$
MSAM 3	901 – 1500	$N = 60 + 0,10 (S - 900)$
M SE 2	401 – 900	$N = 0,045 \times S$
M SE 3	901 – 1500	$N = 0,045 \times S$
M CC 1	401 – 1500	$N = N + 0,12 \times S$

N' è uguale a $0,12 \times S'$, dove S' è il totale della superficie di vendita dei negozi presenti nel centro commerciale con superficie di vendita inferiore a 400 mq..

4. Il coefficiente di trasformazione in superficie (mq.) di ciascun posto a parcheggio è pari a:
 - a) mq 26 comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati al piano di campagna;
 - b) mq 28 comprensivo comprensivi della viabilità interna e di accesso qualora situati nella struttura degli edifici o in apposite strutture pluripiano.

5. Gli esercizi commerciali alimentari o misti e gli esercizi commerciali extra alimentari con superficie di vendita inferiore a 400 mq. devono soddisfare solamente lo standard minimo per parcheggi pubblici, nel rispetto dell'art. 21, primo comma, numero 3), della legge Regionale n. 56/1997, riferito alla superficie lorda di pavimento pertinente all'attività commerciale.
6. Per il calcolo del fabbisogno di posti auto e della relativa superficie da destinare a parcheggio per le grandi strutture di vendita, si applicano i parametri di cui all'articolo 25 degli Indirizzi Regionali. Dalla planimetria allegata al progetto si dovrà evidenziare il rispetto sia del numero di posti auto, calcolato con le precedenti formule, sia della superficie destinata a parcheggio.
7. La verifica della dotazione del fabbisogno di posti auto e della relativa superficie da destinare a parcheggio per ciascuna delle tipologie di cui all'articolo 6 dei presenti Criteri, è da effettuarsi nel caso in cui venga rilasciato un permesso di costruire od un'autorizzazione edilizia.
8. Per gli esercizi di vicinato e per le medie strutture di vendita fino a 1.500 mq. ricadenti nell'addensamento storico rilevante di tipo A.1 e nell'addensamento urbano minore A.4 ai sensi dell'articolo 25, comma 5, degli Indirizzi Regionali, non è richiesto il soddisfacimento del fabbisogno di posti auto previsto dal comma 2 del presente articolo.
9. La quota di posti a parcheggio e relativa superficie non soggetta alle norme dell'articolo 21 della legge regionale n. 56/77 ed ai precedenti commi del presente articolo, è reperita in aree private per il soddisfacimento delle norme dell'articolo 41 sexies della legge 1150/42, così come modificata dalla legge 122/89.

Articolo 19 – Salvaguardia dei beni culturali e ambientali.

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

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

1. Il rilascio delle autorizzazioni per le nuove aperture, il trasferimento di sede, la modifica o aggiunta di settore merceologico e la variazione della superficie di vendita delle attività commerciali con superficie di vendita superiore ai 900 mq. su tutto il territorio comunale, sono soggette ad una verifica preventiva favorevole circa l’impatto sulla viabilità, ed alle eventuali soluzioni se sussistono problemi, effettuata dagli Uffici Tecnici comunali sulla base di una relazione da presentarsi in sede di domanda di autorizzazione.
2. Ai sensi dell’articolo 13, comma 6 del presente regolamento, lo studio di cui al comma precedente deve essere integrato anche dalla valutazione e dalla verifica approfondita delle condizioni di mercato con specifico riferimento al rischio di formazione di posizioni dominanti ed alla garanzia che possa svilupparsi correttamente la dinamica concorrenziale.
3. Ai sensi dell’articolo 26, comma 3 sexies degli Indirizzi regionali, lo studio di impatto sulla viabilità deve essere esteso alla valutazione di tipo ambientale secondo i criteri e le modalità previste dagli Indirizzi regionali.
4. Ai sensi dall’articolo 26, comma 3, della DCR 191-43016, tutte le attività commerciali di tipologia media e grande struttura ubicate nelle localizzazioni urbane non addensate e nelle localizzazioni urbano periferiche devono dimostrare all’atto della presentazione della domanda di autorizzazione, oltre alla disponibilità di parcheggi, anche quella di appositi spazi o cortili destinati alla movimentazione delle merci e di aree di sosta per gli automezzi in attesa di scarico, salvo che, nei casi individuati dagli Uffici competenti, l’operatore si obblighi con apposito atto di impegno unilaterale a effettuare le operazioni di scarico in orari diversi da quelli di apertura al pubblico del punto vendita. Nel caso di violazione di quanto sottoscritto nell’atto di impegno d’obbligo tra comune e operatore si applicano le sanzioni previste dall’articolo 7 bis del TUEL n. 267/2000.

PARTE VI – DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 21 – Interventi per il sostegno degli insediamenti commerciali.

1. L'Amministrazione comunale al fine di preservare, sviluppare e potenziare le dinamiche competitive del commercio e gli effetti positivi che queste forniscono al consumatore, alle forme di aggregazione sociale ed all'assetto urbano, promuove la realizzazione di progetti e programmi anche di natura urbanistica ed edilizia, volti alla riqualificazione del tessuto commerciale, al rafforzamento dell'immagine e dell'identità urbana locale, ai sensi dell'articolo 18 degli Indirizzi Regionali.
2. Nell'ambito di queste finalità possono essere previste le seguenti tipologie di intervento:
 - a) Programmi Integrati di Rivitalizzazione (PIR).

Articolo 22 – Contestualità delle autorizzazioni commerciali e dei permessi a costruire/SCIA.

1. I permessi a costruire o le SCIA relative alle medie strutture di vendita sono rilasciate, nel rispetto di quanto previsto dalla legge regionale 56/77 e s.m.i., seguendo il principio della contestualità con le autorizzazioni commerciali secondo quanto indicato dal D. Lgs. 114/98.
2. I permessi a costruire o le SCIA relative alle grandi strutture di vendita devono essere rilasciate entro novanta giorni dalla pubblicazione sul B.U.R. del parere favorevole espresso dalla conferenza di servizi così come prevista dall'articolo 3, comma 5, della L. R. 28/99.

Articolo 23 – Forme particolari di commercio.

1. Le erboristerie sono da considerarsi esercizi di carattere misto, e pertanto il soggetto che intenda esercitare la vendita di prodotti di erboristeria deve essere in possesso del requisito professionale previsto per il commercio dei generi alimentari.
2. L'attività di vendita corrispondente alle tabelle merceologiche speciali è vincolata all'attività principale di farmacia, rivendita di generi di monopolio o di distribuzione di carburanti e non può essere ceduta o comunque trasferita separatamente dall'attività principale alla quale inerisce.

3. Le attività di vendita di giornali e riviste rimangono assoggettate alla normativa di settore che fa capo al D. Lgs. 170/2001 ed all'apposito piano comunale.
4. Non costituisce attività di somministrazione di alimenti e bevande l'assaggio gratuito degli stessi organizzato dal venditore a fini di promuovere i prodotti in vendita.

Articolo 24 – Norme finali

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