

PROVINCIA DI BOLOGNA

PIANO TERRITORIALE
DI COORDINAMENTO
PROVINCIALE

LA RIFORMA DEL COMMERCIO
NELLA PROVINCIA DI BOLOGNA

APRILE 2002



QUADERNO 3

Quaderno n° 3 supplemento al n° 22 di Metronomie a.VIII Dicembre 2001

Metronomie è una rivista della Conferenza metropolitana bolognese curata dal Settore studi per la programmazione della Provincia di Bologna e dal Settore pianificazione e controllo del Comune di Bologna.

Autorizzazione del Tribunale di Bologna, n° 6376 del 17/11/1994.

Direttore Metronomie
Fausto Anderlini

Direttore responsabile:
Roberto Olivieri

A cura di:
Michele Tropea

Hanno collaborato:
Federico Dagna, Antonio Papace

Redazione dei "Quaderni":
Mariangiola Gallingani (coordinatore redazionale)
Bruno Alampi
Sonia Trincanato
Valeria Restani
Claudia Corazza
Manuela Mattei (progetto grafico)

Sede della redazione:
Settore pianificazione territoriale della Provincia di Bologna
Via Zamboni, 13 - 40126 Bologna
tel. 051/218509 - fax 051/218524
<http://cst.provincia.bologna.it/ptcp/> e-mail: ptcp@provincia.bologna.it



**LA RIFORMA DEL COMMERCIO
NELLA PROVINCIA DI BOLOGNA**

INDICE

Parte prima:

L'esperienza attuativa della riforma del commercio nella Provincia di Bologna

1. Le innovazioni introdotte dal “decreto Bersani” (D. Lgs. 114/98) e dalla legge regionale di recepimento (L.R. Emilia-Romagna 14/99)..... pag. 11
 - 1.1 Alcune considerazioni sulla conformazione urbanistica della Programmazione commerciale prima e dopo il D.Lgs. 114 del '98..... pag. 11
 - 1.2 Le nuove funzioni attribuite agli enti locali: l'applicazione nella Regione Emilia Romagna..... pag. 12
 - 1.3 Una nuova geografia della distribuzione commerciale..... pag. 14
2. Primi adempimenti della Provincia di Bologna e dei Comuni per l'adeguamento della strumentazione urbanistica pag. 16
 - 2.1 Modalità ordinarie di adeguamento (art. 5 L.R. 14/99)..... pag. 17
 - 2.2 Fase transitoria di adeguamento (art. 6 L. R. 14/99)..... pag. 17
 - 2.3 Conferenza dei Servizi (art. 7 L.R. 14/99)..... pag. 19
3. La valutazione della rilevanza comunale o sovracomunale delle medie strutture di vendita in sede di Conferenza dei Servizi di cui all'art. 7 della L.R. 14/99..... pag. 21
 - 3.1 Premessa..... pag. 21
 - 3.2 Medie strutture di vendita di prodotti alimentari o misti..... pag. 23
 - 3.3 Medie strutture di vendita di prodotti non alimentari..... pag. 24
4. La Conferenza provinciale dei Servizi: analisi, metodologie e strumenti utilizzati dal gruppo di lavoro della Provincia di Bologna..... pag. 27
 - 4.1 Analisi preliminare delle potenzialità urbanistiche nel settore commerciale contenute nei PRG vigenti prima dell'attuazione della riforma..... pag. 27
 - 4.2 Analisi e schedatura delle proposte comunali di adeguamento dei PRG vigenti..... pag. 28
 - 4.3 Le determinazioni finali della Conferenza dei Servizi..... pag. 30

4.4 Sintesi dei risultati della Conferenza dei Servizi.....	pag. 31
5. Criteri di valutazione della compatibilità urbanistica di eventuali ulteriori previsioni di insediamenti commerciali, in variante urbanistica, avanzate dai Comuni fino all'approvazione del PTCP.....	pag. 47
5.1 Criteri di valutazione di applicazione generalizzata.....	pag. 47
5.2 Criteri di valutazione in relazione alle tipologie di strutture previste.....	pag. 49
6. Criteri guida per la programmazione temporale del rilascio di autorizzazioni per grandi strutture commerciali in fase di prima applicazione.....	pag. 53
6.1 La procedura.....	pag. 53
6.2 Elementi di base della programmazione temporale in sede di prima applicazione.....	pag. 54
6.3 Eventuale programmazione temporale delle strutture medio-grandi.....	pag. 55

Parte seconda: Primi elementi di valutazione:

1. La riforma del commercio.....	pag. 59
2. Il commercio, l'urbanistica e la sana fatica di concertare.....	pag. 70

Appendice

1. Legge regionale Emilia-Romagna 5 luglio 1999, n. 14, "Norme per la disciplina del commercio in sede fissa, in attuazione del D. Lgs. 31 marzo 1998, n.114".
2. Delibera del Consiglio regionale Emilia-Romagna 23 settembre 1999, n. 1253, "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa, in applicazione dell'art. 4 della L.R. 5 luglio 1999, n. 14".
3. Delibera del Consiglio regionale Emilia-Romagna 29 febbraio 2000, n. 1410, "Criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita", in attuazione dell'art. 3, comma 2, lett. B), della L.R. 5 luglio 1999, n. 14.
4. Delibera del Consiglio provinciale di Bologna, n. 6 del 18/01/00 "Individuazione di ambiti sovracomunali rilevanti ai fini della pianificazione territoriale degli insediamenti commerciali".
5. Proposta normativa da inserire nelle NTA dei PRG per l'adeguamento alle nuove disposizioni di urbanistica commerciale
6. Norme sul procedimento e definizione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento di superficie degli esercizi di vicinato

6.1 Proposta di parti generali di delibera comunale.
7. Conferenza Provinciale dei Servizi. Art. 7 L.R. 14/99, 29/05/00 Valutazione degli ambiti di rilievo sovracomunale.

Parte prima

L'esperienza attuativa della riforma del commercio nella provincia di Bologna

1. Le innovazioni introdotte dal “Decreto Bersani” (D. Lgs. 114/98) e dalla legge regionale di recepimento (L.R. Emilia-Romagna n. 14/99)

1.1 Alcune considerazioni sulla conformazione urbanistica della programmazione commerciale prima e dopo il D. Lgs. 114 del 98

Questa pubblicazione ha come tema l'approfondimento di una delle principali innovazioni introdotte dal decreto legislativo n.114 del 1998, ossia l'abbandono del sistema di programmazione delle reti di vendita, come era stato concepito ed ordinato dalla legge n.426/71 e l'introduzione di meccanismi che, invece, legano e collocano all'interno degli strumenti ordinari di pianificazione del territorio la funzione di programmazione degli insediamenti commerciali.

La legge del 1971, infatti, sovrapponeva agli strumenti di pianificazione ordinaria, ed in particolare al Piano Regolatore Generale Comunale, un ulteriore strumento di pianificazione, che ricalcava come modello gli strumenti urbanistici generali, pur mantenendo un ambito di applicazione notevolmente più ristretto e puntuale.

L'intento di riprodurre i metodi della pianificazione urbanistica nella programmazione commerciale, ipotizzando anche meccanismi di coordinamento con i piani stessi, avrebbe dovuto condurre, nelle intenzioni del legislatore, ad un'applicazione correlata delle due discipline.

Tale correlazione non fu quasi mai attuata in concreto ed in sostanza i principi della pianificazione urbanistica rimasero estranei ai piani del commercio, realizzando un modello di sostanziale separatezza delle due discipline.

La distinzione fra le due discipline, anche in termini procedurali, ha prodotto prevedibili e gravi disfunzioni ed avuto come effetti l'allungamento dei tempi di rilascio delle autorizzazioni per l'apertura degli esercizi commerciali e, di conseguenza, un alto tasso di conflittualità fra amministrazioni e privati proponenti. Il D. Lgs. 114/98 non abbandona l'idea di una programmazione del settore, che, tuttavia, rispetto alla situazione precedente, appare "meno improntata a una regolamentazione strutturale dei mercati e più orientata a risolvere problemi di tipo urbanistico".

Una lettura attenta dei contenuti del decreto sposta, infatti, l'attenzione verso nuove forme di integrazioni tra reti commerciali e sistemi territoriali locali, che permettono di trasformare le politiche di intervento nel settore distributivo in strumenti di pianificazione del territorio.

L'art. 6 del decreto, intitolato “Programmazione della rete distributiva”, richiama, in modo chiaro, la possibilità emergente di internalizzare negli strumenti di governo e di

negoziazione territoriale (piani regionali e provinciali, piani regolatori comunali, Put, piani strutturali, programmi integrati d'intervento, Prusst, accordi di programma) le indicazioni di programmazione del commercio, attraverso valutazioni multisettoriali, criteri di sviluppo qualitativi, criteri di localizzazione rispetto alle funzioni esistenti e alla loro trasformazione prevista dai differenti piani attuativi e con la possibilità di definire specifiche procedure di concertazione, a livello di area, fra i diversi Comuni interessati. In sostanza, il decreto di riforma suggerisce una ridefinizione delle politiche di settore coerente con gli obiettivi strategici degli strumenti già adottati dagli enti locali alle diverse scale territoriali.

1.2 Le nuove funzioni attribuite agli enti locali: l'applicazione nella Regione Emilia-Romagna

Il D. Lgs. 114 all'art. 6 demanda alle Regioni il compito di definire indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali, nonché di fissare i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale ed ai Comuni quello di adeguare gli strumenti urbanistici generali ed attuativi e i regolamenti di polizia locale alle disposizioni regionali. Inoltre, il decreto fissa per i Comuni un termine di non oltre 180 giorni per l'adeguamento degli strumenti urbanistici agli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali.

Sono pertanto due i soggetti pubblici principali individuati dalle disposizioni del decreto nazionale, ai quali viene affidata la programmazione urbanistico-commerciale del settore: le Regioni ed i Comuni; le prime, come detto, chiamate a definire i criteri generali della programmazione urbanistico-commerciale, i secondi chiamati a individuare le aree di localizzazione degli insediamenti, con particolare riguardo alle medie e grandi strutture di vendita, a definire i vincoli ai quali sottoporre le strutture a tutela dei centri storici e del patrimonio storico-artistico e paesaggistico, avendo particolare riguardo agli aspetti inerenti la dotazione di parcheggi pubblici e pertinenziali e l'accessibilità viabilistica.

Il cardine della riforma, per quello che riguarda gli aspetti di natura territoriale, è quindi da rinvenirsi nella necessità di rendere localmente compatibile l'impatto territoriale e ambientale degli insediamenti commerciali, con particolare riguardo ad alcuni fattori quali l'accessibilità, la mobilità, il traffico e l'inquinamento e alla valorizzazione della funzione commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano, sia in relazione ai centri storici da salvaguardare e rivitalizzare, sia in relazione ai quartieri urbani periferici e degradati.

Fra i principali elementi di novità introdotti dalla legge regionale n.14 della Regione Emilia-Romagna, intitolata "Norme per la disciplina del commercio in sede fissa in attuazione del D. Lgs. 31 marzo 1998, n.114", rispetto alla cornice normativa del decreto nazionale, si devono annoverare la mancanza di una definita disciplina di applicazione, demandata a successivi atti consiliari e l'individuazione delle Province come ulteriore soggetto pubblico con preminenti funzioni nel campo della programmazione urbanistico-commerciale, con particolare riguardo alle medie e grandi strutture di vendita, ossia a quelle previsioni urbanistico-territoriali nel settore commerciale che esplicano effetti a scala sicuramente sovracomunale.

Come anticipato, per quanto riguarda le norme di pianificazione urbanistica riferite alle attività commerciali, la Legge regionale rinvia a successivi atti amministrativi di competenza del Consiglio regionale; sono stati quindi emanati i "criteri di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale" (Del. Cons. Reg. 1253/2000) vale a dire gli indirizzi, i requisiti urbanistici (in termini di accessibilità di dotazione di standard e parcheggi pertinenti ai fini dell'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali) e i "criteri e condizioni per regolare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita" (Del. Cons. Reg. 1410/2000), che costituiscono riferimento per la Conferenza dei Servizi, cui compete l'esame delle domande di autorizzazione per le grandi strutture.

Inoltre, la legge regionale prevede che le Province, con il Piano territoriale di coordinamento provinciale (PTCP), individuino gli ambiti territoriali sovracomunali rilevanti ai fini della programmazione commerciale delle medie e grandi strutture di vendita e le aree con minore consistenza demografica, e inoltre, definiscano le scelte di pianificazione territoriale per gli insediamenti e la programmazione della rete distributiva sulla base degli indirizzi della Regione.

Le Province, in attuazione delle scelte di pianificazione territoriale per gli insediamenti e la programmazione della rete distributiva, provvedono, in particolare, a definire le indicazioni di natura urbanistica e territoriale per la localizzazione delle aree per quelle medie e grandi strutture che, per dimensionamento e collocazione, assumono rilevanza sovracomunale.

Un ulteriore notevole elemento di novità della legge regionale è costituito dalla previsione di una *Conferenza provinciale dei servizi per la valutazione delle idoneità delle aree commerciali di rilievo sovracomunale* (art. 7). La convocazione della Conferenza spetta alla Provincia e vi partecipano la Regione, la Provincia medesima ed i Comuni interessati alle aree sovracomunali. Compito della Conferenza è la verifica dell'idoneità delle aree destinate dai PRG vigenti o adottati all'insediamento di medie e grandi strutture di vendita. La procedura di attivazione della Conferenza prevede che il Comune valuti preventivamente quali

aree destinate alla localizzazione di medie e grandi strutture, tra quelle per le quali il PRG vigente o adottato preveda l'insediamento di attività commerciali. Il Comune provvede in conformità ai criteri regionali ed entro il termine di tre mesi dalla loro approvazione. Nel corso della Conferenza, i partecipanti valutano congiuntamente - sulla base degli indirizzi generali della L.R. e dei criteri regionali che saranno adottati - le opportunità localizzative dei Comuni e gli effetti cumulativi delle stesse, verificano la scelta dell'area da destinare a medie strutture di rilevanza comunale ed individuano gli ambiti idonei per la localizzazione di medie e grandi strutture di rilevanza sovracomunale, indicando le eventuali prescrizioni o condizioni di natura urbanistica ed ambientale per la loro attuazione.

La L.R. (art. 7, comma 5) prevede infine che le determinazioni assunte in sede di Conferenza dei Servizi costituiscano adeguamento degli strumenti urbanistici vigenti e che (comma 6) in sede di predisposizione del PTCP, la Provincia verifichi ed aggiorni le determinazioni in materia di programmazione e pianificazione commerciale individuati dalla Conferenza.

1.3 Una nuova geografia della distribuzione commerciale

Visto il quadro della programmazione del settore commerciale a livello regionale, appare chiaro che lo sforzo maggiore, compiuto dagli atti normativi e di programmazione delle attività distributive è stato quello di acquisire alcune procedure consolidate del settore della pianificazione territoriale regionale, senza però costruire nuove e originali immagini interpretative del territorio, utili a esplicitare e, quindi, a governare le rilevanti trasformazioni in corso nella distribuzione commerciale moderna e tradizionale.

La configurazione degli ambiti di riferimento sovracomunali che ha, come riferimento a scala vasta, le preferenze localizzative degli operatori della media e grande distribuzione, non coglie la necessità di rappresentare un contesto fisico, non semplicemente attraverso indicatori (intervalli di variazione, dotazione per migliaia di abitanti, ecc.), ma anche attraverso immagini condivise che diano forza a linee guida. L'esigenza di spostare l'attenzione sul riconoscimento di una descrizione interpretativa del territorio, potrà essere maggiormente perseguita nel corso dell'elaborazione dei nuovi piani provinciali, in quanto tale strumento consentirà di valutare gli stretti legami di interdipendenza fra le funzioni commerciali e gli altri processi di definizione delle trasformazioni del territorio.

Sicuramente, terminata questa prima e parziale fase di sperimentazione delle nuove pratiche di governo decentrato del commercio, si rafforza la necessità che la liberalizzazione in corso sia accompagnata da ricchi contributi conoscitivi sugli

aspetti di natura fisico-territoriale e socio-economica. Un quadro conoscitivo efficace, aggiornato e sufficientemente dettagliato, risulterà estremamente utile per il governo del processo di modernizzazione del settore, ai fini di uno sviluppo equilibrato della rete distributiva locale e di sistemi di regole di tutela della concorrenza, che producano procedure decisionali che non deprimano, ma generino, opportunità territoriali, senza però perdere di vista l'obiettivo del mantenimento di forme qualitative e plurali nei differenti luoghi del commercio.

Il confronto fra queste raffigurazioni fornirà una prima valutazione della coerenza tra progetto di una "equilibrata" rete distributiva e gli assetti insediativi, infrastrutturali, ambientali, socio-economici esistenti.

2. Primi adempimenti della Provincia di Bologna e dei Comuni per l'adeguamento della strumentazione urbanistica

Attività ed adempimenti di pianificazione territoriale e urbanistica degli enti locali riferita al settore commerciale

La legge regionale 14/99, promulgata il 5 luglio 1999:

- riguarda la *“Programmazione e qualificazione della rete distributiva in funzione di uno sviluppo sostenibile”* in applicazione dell'art. 6 del D.Lgs. 114/98;
- assume *ambiti territoriali di pianificazione* (art. 6, c.3, D.Lgs. 114/98: aree metropolitane omogenee, aree sovracomunali configurabili come unico bacino di utenza, centri storici, centri di minore consistenza demografica) come riferimento territoriale, entro cui applicare gli indirizzi ed i criteri di pianificazione urbanistica per il settore commerciale;
- detta i seguenti *indirizzi* riferiti all'insediamento di attività commerciali in sede fissa (art. 2):
 1. garantire l'efficacia e la qualità del servizio rispetto alle esigenze dei consumatori e alle caratteristiche del sistema insediativo e infrastrutturale e della mobilità;
 2. programmare unitariamente la rete di vendita negli ambiti territoriali;
 3. favorire la crescita di piccole e media attività commerciali, integrate con servizi diffusivi, in funzione della riqualificazione urbana;
 4. salvaguardare i Centri storici;
 5. salvaguardare e riqualificare la rete distributiva minore in aree marginali;
 6. assicurare equilibrio tra le tipologie distributive;
 7. in relazione alle grandi strutture di vendita: assicurare la compatibilità ambientale, l'equilibrio con le altre tipologie di vendita, il rispetto degli assetti socio-economici ed insediativi e della mobilità;
 8. favorire sinergie e cooperazione tra diverse tipologie distributive e l'innovazione tecnologica;
 9. favorire l'associazionismo;
 10. riorganizzare la logistica per minimizzare gli impatti;
 11. coordinare il commercio in sede fissa con il commercio su aree pubbliche.

Sulla base degli indirizzi di cui sopra e delle disposizioni rivolte a Province e Comuni, la Regione ha dettato *“Criteri di pianificazione territoriale urbanistica riferiti al settore commerciale”*, emanati il 23 settembre 1999 e articolati nei seguenti punti:

- Definizione delle tipologie;
- Articolazione degli indirizzi riferiti ai diversi ambiti territoriali (*aree metropolitane, aree sovracomunali configurabili come unico bacino d'utenza, centri storici, centri minori*);
- Condizioni e criteri per la localizzazione delle medie e grandi strutture;
- Requisiti urbanistici di accessibilità veicolare e pedonale e dotazioni di standard e parcheggi pertinenziali;
- Criteri per l'ammodernamento e la qualificazione delle strutture di vendita.

2.1 Modalità ordinarie di adeguamento (art. 5 L.R. 14/99)

Compiti della Provincia:

La Provincia, con il PTCP, individua gli *ambiti territoriali sovracomunali* rilevanti ai fini della programmazione commerciale (aree metropolitane omogenee, aree sovracomunali configurabili come unico bacino d'utenza, zone montane e rurali e centri minori) e le scelte di pianificazione sulla base degli indirizzi regionali. Inoltre, in conformità ai criteri regionali, fornisce le indicazioni di natura urbanistica e territoriale per la localizzazione delle aree per le grandi e medie strutture di vendita di rilevanza sovracomunale (art. 5 c.2 L.R. 14/99).

Compiti dei Comuni:

Nei nuovi piani regolatori i Comuni individuano le aree da destinare agli insediamenti commerciali, in conformità agli indirizzi e ai criteri regionali.

Le previsioni dei piani comunali attengono in particolare:

- a) ai dimensionamenti della funzione commerciale delle diverse tipologie;
- b) alla localizzazione e alla disciplina delle grandi e medie strutture di vendita, in coerenza con le previsioni del P.T.C.P;
- c) alla definizione delle norme urbanistiche attinenti gli esercizi di vicinato nell'ambito della disciplina delle destinazioni d'uso degli immobili di cui all'art. 2 della L.R. 8 novembre 1988 n. 46.

2.2 Fase transitoria di adeguamento (art. 6 L.R. 14/99)

Compiti della Provincia:

La Provincia delibera, entro tre mesi dall'approvazione dei criteri regionali (entro il 23 Dicembre 1999), gli *ambiti territoriali sovracomunali* rilevanti ai fini della pianificazione territoriale:

- aree metropolitane omogenee,
- aree sovracomunali configurabili come unico bacino d'utenza,
- zone montane e rurali e centri minori.

Inoltre, *promuove e convoca la Conferenza Provinciale dei Servizi* per valutare la idoneità delle aree commerciali di rilievo sovracomunale (medie e grandi strutture) già contenute negli strumenti urbanistici (vigenti o adottati), da concludere entro il 23 Marzo 2000, invitando la Regione e i Comuni individuati negli ambiti sovracomunali;

Compiti dei Comuni:

Le Amministrazioni comunali, *entro tre mesi dall'approvazione dei criteri regionali*, ai fini della preparazione della Conferenza dei Servizi, valutano quali aree destinare alla localizzazione di medie e grandi strutture di vendita, fra quelle per le quali il PRG vigente o adottato preveda l'insediamento di attività commerciali (art. 7 c.2);

Inoltre, entro sei mesi dall'approvazione dei criteri regionali,

- valutano la conformità dei propri strumenti urbanistici generali ed attuativi, nell'ambito dei lavori della conferenza, con particolare riferimento al dimensionamento della funzione commerciale nelle diverse tipologie dimensionali e alla individuazione specifica di aree destinate alla localizzazione di grandi e medie strutture commerciali secondo le indicazioni metodologiche di cui al punto 3.2.2 dei Criteri regionali:
 - a) Analisi della rete commerciale in essere (localizzazione di ciascuna media e grande struttura di vendita e delle aree e assi nei quali si concentra il commercio di vicinato)
 - b) Valutazione del dimensionamento (commerciale) in rapporto con i dati e le tendenze socio-economiche
 - c) Valutazione dell'accessibilità (veicolare, ciclabile, pedonale) della rete commerciale attuale
 - d) Analisi delle previsioni del PRG relativamente alla possibilità di insediamento di strutture commerciali
 - e) Individuazione delle aree urbane centrali
 - f) Formulazione degli orientamenti dell'Amministrazione nel settore commerciale
 - g) Riformulazione delle norme dello strumento urbanistico riguardante tipi d'uso, standard e requisiti di insediamento
 - h) Riformulazione delle norme urbanistiche relative alle zone di possibile insediamento di attività commerciali
 - i) Eventuale individuazione di nuove opportunità urbanistiche;

- fissano i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento delle medie strutture di vendita (per quelle di vicinato già provvede il D.Lgs. 114/99 e per le grandi è prevista una Conferenza dei Servizi ai sensi dell'art.9 D.Lgs. 114/99);
- adeguano il regolamento di polizia locale;
- adottano appositi atti contenenti l'individuazione delle aree in cui promuovere i progetti di valorizzazione commerciale.

Procedimenti amministrativi da seguire in relazione allo stato di pianificazione delle aree commerciali:

- Per la ridefinizione dei dimensionamenti e l'individuazione specifica di *nuove aree* da destinare a medie e grandi strutture di vendita, i Comuni provvedono attraverso le procedure normali di variante urbanistica.
- Per l'individuazione delle aree da destinare all'insediamento di medie e grandi strutture di vendita, *nell'ambito delle previsioni degli strumenti urbanistici vigenti o adottati*, i Comuni provvedono all'adeguamento in sede di Conferenza dei Servizi.

2.3 Conferenza dei Servizi (art. 7 L.R. 14/99)

La Conferenza provinciale dei Servizi viene indetta ai fini della verifica dell'idoneità delle aree destinate dai PRG vigenti o adottati all'insediamento di medie e grandi strutture di vendita.

I criteri regionali prevedono che, per l'adeguamento in sede di Conferenza dei Servizi, il Comune è tenuto a predisporre una relazione illustrativa con i contenuti previsti nelle indicazioni metodologiche e un testo con le modifiche e integrazioni alla normativa del PRG proposta in sede di Conferenza.

La Conferenza dei Servizi valuta in base agli indirizzi e criteri regionali le opportunità localizzative individuate dai Comuni e gli effetti cumulativi delle stesse e quindi:

- a) verifica la scelta delle aree da destinare a medie strutture di rilevanza comunale;
- b) individua ambiti idonei alla localizzazione delle grandi strutture di vendita e delle medie di rilievo sovracomunale, indicando eventuali prescrizioni o condizioni di natura urbanistica o ambientale;
- c) avvia un'istruttoria tecnica relativamente alle proposte di adeguamento normativo degli strumenti urbanistici dei Comuni partecipanti alla

Conferenza, in recepimento degli indirizzi e criteri regionali e approva le proposte comunali di variante normativa, con eventuale adeguamento di ufficio per le proposte non congruenti con gli indirizzi e i criteri regionali.

Le Amministrazioni partecipanti stabiliscono una fase preliminare per lo svolgimento e la conclusione delle attività di cui alla lettera a) precedente, ossia relativamente alla verifica delle aree da destinare a medie strutture di rilevanza comunale.

I lavori della Conferenza dei Servizi si concludono entro 180 giorni dalla data di approvazione dei criteri regionali (23/3/2000); si intende quindi che entro tale data debbono essere portate a conclusione le attività inerenti ai punti b) e c) precedentemente elencati.

Le determinazioni assunte in sede di Conferenza dei Servizi costituiscono adeguamento alla presente legge degli strumenti urbanistici vigenti, ai sensi del comma 5 dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998.

Fino all'approvazione del P.T.C.P., le determinazioni assunte in sede di Conferenza dei Servizi costituiscono parametro per l'accertamento di compatibilità degli strumenti di pianificazione comunale.

3. La valutazione della rilevanza comunale o sovracomunale delle medie strutture di vendita in sede di Conferenza dei Servizi di cui all'art. 7 della L.R. 14/99¹

3.1 Premessa

Ai sensi dell'art. 7 della L.R. 14/97, "La Conferenza dei Servizi, sentite le associazioni di categoria maggiormente rappresentative del commercio, sindacali e dei consumatori:

- a) verifica la scelta dell'area da destinare a media struttura di rilevanza comunale;
- b) individua gli ambiti idonei per la localizzazione di grandi strutture di vendita e di medie strutture di vendita di rilevanza sovracomunale, indicando le eventuali prescrizioni o condizioni di natura urbanistica ed ambientale per la loro attuazione."

Viene quindi introdotta l'esigenza di discriminare, nell'ambito delle medie strutture di vendita, quelle a cui vada attribuita una rilevanza comunale da quelle che si ritiene assumano una rilevanza sovracomunale.

Ai fini di questa valutazione tornano utili le articolazioni, introdotte successivamente dalla Regione stessa, nei "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa", ossia:

1. l'articolazione nei due settori merceologici: vendita di prodotti alimentari e di prodotti non alimentari;
2. l'articolazione nelle due sottofasce dimensionali delle medio-piccole e delle medio-grandi superfici di vendita.

Giova in primo luogo richiamare le profonde diversità dei due settori merceologici. Innanzitutto, gli esercizi per la vendita di prodotti alimentari agiscono in un mercato particolare, in cui l'entità globale dei consumi in una determinata area geografica è relativamente stabile nel tempo, dipendendo in primo luogo dall'entità della popolazione (che nel nostro caso è sostanzialmente stabile nella dimensione provinciale) ed essendo influenzata, in modo solo parziale e limitato, dai

¹ Il testo di questo capitolo è quello approvato nella Conferenza dei Servizi per il commercio del 24/01/2000.

mutamenti del reddito globale o degli stili di vita. In queste condizioni si può presumere che ogni innovazione delle tipologie o della geografia delle forme di vendita abbia effetti diretti sulla rete di vendita preesistente; ossia, ogni volta che entra sul mercato un nuovo protagonista significativo (sia esso una nuova tipologia di vendita o un nuovo esercizio di rilievo) si può ritenere che si abbia una redistribuzione più o meno accentuata dei consumi e, quindi, una modifica della redditività delle imprese preesistenti.

Al contrario, il mercato dei prodotti non alimentari non è stabile nel tempo, anche a parità di popolazione, essendo fortemente influenzato da fattori quali il livello di reddito, la propensione al consumo, le mode, gli stili di vita, l'immissione sul mercato di nuovi prodotti. Inoltre, questo 'mercato' non può in alcun modo essere considerato in termini unitari, essendo invece la sommatoria miscelanea di una serie di mercati distinti e non comunicanti, in relazione alle diverse merceologie e diverse specializzazioni.

Ciò implica che è estremamente più problematico presumere gli effetti dell'ingresso di nuove forme di vendita o di nuovi esercizi sulla rete di vendita preesistente, anche quando si conoscano le caratteristiche (merceologia, formula di vendita e tipo di specializzazione) del nuovo protagonista. A maggior ragione, diventa del tutto indeterminata la valutazione dei possibili effetti, qualora applicata non a una determinata e specifica nuova struttura, ma ad una 'potenzialità urbanistica' non definita, e non definibile a priori, quanto a merceologia, formula e specializzazione.

In secondo luogo il consumo di prodotti alimentari è quotidiano ed anche il loro acquisto resta ancora oggi per molti utenti para-quotidiano, nonostante i mutamenti di abitudini che si sono verificati.

Viceversa, la frequenza di acquisto di prodotti non alimentari dipende di nuovo dalla merceologia: è comunque molto minore per i beni di consumo e diventa un episodio 'raro', per il singolo individuo, nel caso dei beni durevoli (automobili, mobili, ecc.).

Infine, occorre evitare di stabilire un semplicistico parallelismo fra la dimensione dell'area di gravitazione dell'utenza di una determinata struttura e la sua 'rilevanza'. Va attribuita rilevanza sovracomunale ad una struttura, non tanto in relazione all'ampiezza dell'area di gravitazione, quanto all'entità di effetti che determina o può determinare a livello sovracomunale (sulla mobilità e/o sulla rete commerciale preesistente), ossia in relazione a significative esternalità negative. Nel caso di esercizi extra-alimentari di generi tecnici, oppure ad elevata

specializzazione, l'area di gravitazione dell'utenza può essere molto vasta in relazione alla rarità dell'offerta, ma gli effetti sulla rete preesistente possono essere nulli e quelli sulla mobilità irrilevanti e in ogni caso non proporzionali alla grandezza della struttura ².

Si esaminano quindi separatamente i due settori.

3.2 Medie strutture di vendita di prodotti alimentari o misti³

Le strutture di vendita di prodotti alimentari o misti che ricadono nella fascia dimensionale medio-piccola sono le superettes, i minimercati, i discount, i supermercati più piccoli. Esaminando l'assetto della rete in essere si può affermare, in prima approssimazione, che queste strutture abbiano di norma un bacino di utenza limitato al quartiere, se collocate in città, o al singolo centro abitato e al suo contorno, se collocate in centri minori.

Il raggio di utenza può essere più vasto qualora si collochino in aree a densità di abitanti molto bassa. In qualche caso, ove si collochino su direttrici di traffico, possono avere anche una quota di utenza occasionale 'di passaggio', quota comunque secondaria rispetto all'utenza dei residenti circostanti.

L'area di gravitazione può diventare prevalentemente extracomunale nel solo caso che una struttura venga collocata in posizione periferica rispetto al comune in cui ricade e, viceversa, a ridosso di un centro abitato ricadente in altro comune.

Si può quindi affermare che le medio-piccole strutture di vendita abbiano in generale una rilevanza comunale, salvo il caso che si collochino in situazioni di confine presso un centro di altro comune.

Le strutture di vendita di prodotti alimentari o misti che ricadono nella fascia dimensionale medio-grande sono medi e grandi supermercati o centri commerciali che, se collocati in centri urbani piccoli o medi oppure alla periferia della città, rivestono di norma un ruolo di riferimento per un bacino di utenza sovracomunale e determinano consistenti effetti gravitazionali.

Nel solo caso che si collochino in una città come Bologna o Imola, ben all'interno del tessuto urbano, è possibile che il bacino dell'utenza, prevalentemente, non

² Il caso estremo è quello del negozio superspecializzato nel cuore della città, che vende solo orologi Swatch o le magliette di un solo team sportivo locale: in quanto unico nella provincia ha un'area di utenza provinciale o anche più ampia (nonostante i pochi metri di superficie di vendita), ma certo non può essere considerato responsabile di alcuna esternalità negativa.

³ Nelle medie strutture di vendita di prodotti alimentari o misti, ai sensi della nuova normativa, risultano ricompresi anche i centri commerciali comprendenti un reparto alimentare, che abbiano una superficie di vendita complessiva pari a quella di una media struttura di vendita.

superi i confini comunali, tuttavia, anche in questo caso, si ritiene corretto attribuire a queste strutture una rilevanza non meramente comunale, tenendo conto:

- delle ripercussioni sensibili che nuove strutture di questo tipo possono avere sulla rete commerciale tradizionale preesistente;
- delle strette interrelazioni che occorre considerare fra le scelte di localizzazione di nuove medio-grandi e quelle di nuove grandi strutture alimentari o miste o centri commerciali.

Si conclude, quindi, ritenendo di dover attribuire rilevanza sovracomunale alla scelta di aree per nuove medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari o misti.

3.3 Medie strutture di vendita di prodotti non alimentari

In coerenza con quanto considerato riguardo alle medio-piccole strutture di vendita di prodotti alimentari e tenendo conto dei livelli di frequentazione comunque inferiori nel caso di prodotti non alimentari, si attribuisce, in primo luogo, una rilevanza comunale alla fascia dimensionale delle strutture di vendita medio-piccole.

Per quanto riguarda le strutture medio-grandi, questa fascia dimensionale comprende attualmente 6 strutture da 1500/2500 mq (in quanto collocate in comuni con oltre 10.000 abitanti) e una dozzina di strutture da 800/1500 mq.

Le prime si collocano:

- 3 a Bologna: un 'grande magazzino' di abbigliamento 'storico' collocato nel cuore della città (UPIM), una ferramenta e un magazzino di vendita di materiale elettrico e hi-fi;
- 3 nella prima cintura: a Casalecchio (prodotti elettronici), ad Anzola (mobili) e a Castenaso (mobili).

Tutti gli altri più piccoli, fra 800 e 1500 mq., sono costituiti da mostre di mobili e altri beni per la casa, salvo un magazzino di abbigliamento a Galliera e un paio di concessionari d'auto. Tre sono sorti nella seconda cintura (a Crespellano e a Dozza) lungo direttrici radiali storiche; due in pianura e gli altri sette sono sparsi in piccoli comuni della montagna: Casalfiumanese, Granaglione, Marzabotto, Monghidoro, S. Benedetto.

Come si vede, si tratta di situazioni eterogenee. A parte il caso del grande magazzino nel centro di Bologna, che sicuramente contribuisce all'attrattività commerciale e alla tenuta del centro storico e a parte qualche recente mercatone di materiale elettrico ed elettronico nella prima cintura, le altre strutture (e sono la maggioranza) hanno un raggio di gravitazione dell'utenza anche ampio, ma un'intensità di frequentazione da modesta a bassa, di conseguenza anche gli effetti sulla rete preesistente e sulla mobilità possono ritenersi da modesti a bassi; prova ne sono i numerosi esercizi montani, a carico dei quali non risultano particolari problemi di traffico.

Non vi è alcun dubbio che effetti molto più rilevanti sulla rete preesistente dei piccoli negozi non alimentari, come anche sulla mobilità, sono stati determinati dai reparti non alimentari dei nuovi ipermercati e dalle gallerie commerciali dei nuovi grandi centri commerciali, piuttosto che dalla nascita di qualche medio-grande o grande struttura di vendita specializzata non alimentare.

Con le semplificazioni ed approssimazioni che è necessario fare trattando di un 'non-settore', ma piuttosto di una miscellanea di settori, quale è il comparto alimentare, si può ritenere che i magazzini specializzati non alimentari producano externalità rilevanti essenzialmente nei seguenti casi:

- nel caso di strutture di grandissime dimensioni, capaci di costituire, da soli, un luogo di interesse e intrattenimento, oltre che di vendita (il caso dell'IKEA);
- nel caso di concentrazioni di numerosi medi e/o grandi esercizi in un'unica area commerciale integrata, o comunque a distanza molto ravvicinata l'uno dall'altro, tali da dare luogo ad un 'percorso' di shopping e svago, con un effetto simile a quello dei percorsi commerciali tradizionali nei centri urbani. Alcune aree di concentrazione di questo tipo si stanno formando, di fatto, nella prima cintura (es. Villanova).

Si ritiene pertanto di attribuire in genere una rilevanza solo comunale alle medio-grandi strutture:

- nei piccoli comuni, ossia al di sotto dei 1500 mq di superficie di vendita,
- anche nei comuni maggiori qualora si tratti di esercizi non integrati in aggregazioni significative;

e di attribuire 'rilevanza sovracomunale' alle medie strutture di vendita di oltre 1500 mq laddove esistano o possano formarsi significative concentrazioni di numerosi esercizi, tali da determinare un effetto di attrazione sinergica. In quest'ultimo caso, l'accessibilità alla rete stradale primaria e le condizioni di traffico diventano fattori critici da controllare.

Del resto, gli stessi “Criteri” della Regione indirizzano a concentrare gli attrattori di traffico in aree commerciali integrate collocate in posizione di massima accessibilità rispetto alla viabilità primaria e ai nodi di interscambio, piuttosto che collocazioni isolate. Occorre, peraltro, avere consapevolezza che questo indirizzo non potrà trovare che una parziale e limitata applicazione in questa fase di “adeguamento” dei PRG vigenti, necessitando, per una compiuta applicazione, di Varianti, sia riguardo alla localizzazione delle aree, che riguardo al mix di altre destinazioni non commerciali da prevedersi; l’individuazione attiva di nuovi ambiti idonei a tali concentrazioni, al di là delle previsioni in essere, potrà essere propriamente materia del PTCP.

4. La Conferenza provinciale dei Servizi: analisi, metodologie e strumenti utilizzati dal gruppo di lavoro della Provincia di Bologna

In questo capitolo si cercherà di descrivere in maniera, sintetica, il percorso di lavoro svolto dal gruppo interdisciplinare formato per preparare le analisi, i materiali e le istruttorie tecniche indispensabili per la positiva conclusione dell'iter previsto dei lavori della Conferenza provinciale dei Servizi.

Il gruppo di lavoro formato per l'occasione poteva avvalersi di profili professionali di vario tipo ed in particolare di: 3 funzionari esperti in pianificazione territoriale ed urbanistica, 1 funzionario esperto in procedure amministrative inerenti il settore del commercio, 1 tecnico esperto nella costruzione e gestione di dati all'interno dei Sistemi informativi territoriali, 1 grafico, 1 stagista e 1 laureando.

4.1 Analisi preliminare delle potenzialità urbanistiche nel settore commerciale contenute nei PRG vigenti prima dell'attuazione della riforma

Le prime analisi di tipo urbanistico compiute hanno riguardato un'analisi della strumentazione urbanistica comunale prima della riforma introdotta dal Decreto Bersani.

Tale analisi è stata svolta, in particolare, esaminando e schedando le normative tecniche di tutti i 60 Comuni della Provincia ed ha evidenziato un panorama del tutto incoerente e differenziato, dovuto, in particolare, alle diverse date di formazione dei PRG (più o meno vecchi) ed alla non differenziazione delle tipologie commerciali inserite fra gli usi previsti.

Un ulteriore obiettivo di questa prima analisi era quello di evidenziare come questi strumenti affrontavano il tema degli standard urbanistici e dei parcheggi pertinenziali, al fine di rendere più agevole, in seguito, il confronto delle proposte di adeguamento con le prescrizioni ed i parametri contenuti nei Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica emanati dal Consiglio Regionale.

Il risultato di questa prima fase sono state delle tabelle, una per ciascun comune, di sintesi delle letture delle normative. Queste tabelle contengono informazioni relativamente agli usi di tipo commerciale previsti dai PRG e alle zone urbanistiche all'interno delle quali tali usi sono previsti.

Per tali zone sono anche specificati gli indici edificatori e le eventuali percentuali o limiti massimi delle superfici edificabili destinabili a strutture commerciali.

Queste informazioni, collegate ai database delle zonizzazioni urbanistiche del mosaico dei PRG della Provincia di Bologna, hanno consentito il calcolo delle

quantità di superfici edificabili per usi commerciali realizzabili nella Provincia di Bologna prima dell'attuazione della Riforma del settore.

Questo calcolo risulta necessariamente semplificato, in quanto le normative tecniche non erano affatto omogenee e nella maggior parte dei casi non definivano usi commerciali distinti per tipologie di strutture e non indicando limiti di superfici commerciali in termini percentuali o assoluti. Ciò ha portato al calcolo di superfici commerciali potenzialmente realizzabili, notevolmente alte nella maggior parte dei Comuni, soprattutto perché questa analisi non poteva tener conto che lo scenario preriforma prevedeva un importante strumento comunale di programmazione degli insediamenti commerciali, ossia il Piano del Commercio.

4.2 Analisi e schedatura delle proposte comunali di adeguamento dei PRG vigenti

La fase successiva ha avuto inizio con l'arrivo delle prime proposte comunali di adeguamento degli strumenti urbanistici. Tale fase è stata preceduta da una lunga serie di incontri con tecnici comunali e progettisti incaricati, al fine di chiarire quali erano i contenuti e gli aggiornamenti richiesti dalle nuove disposizioni legislative, sia dal punto di vista della individuazione e localizzazione delle aree per la localizzazione di medie e grandi strutture, sia per quello che riguarda l'adeguamento normativo alle nuove definizioni e prescrizioni, contenute in particolare nei 'Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica' emanati dal Consiglio Regionale.

Dall'analisi delle prime proposte è emersa subito la necessità di ricondurre ad una lettura unitaria ed omogenea per tutta la provincia le varie proposte comunali.

Tale necessità è stata affrontata con due modalità, ossia mettendo a punto delle schede di sintesi delle proposte comunali in cui erano indicate le zone urbanistiche, con la denominazione originaria del PRG, nelle quali erano previsti usi di tipo commerciale e quale fosse il rango commerciale delle zone urbanistiche stesse. Per rango commerciale si intende la tipologia di strutture commerciali di dimensioni massime realizzabile in quella determinata zona. La prima parte della scheda descrive le sigle indicanti il rango commerciale, ovviamente riprese dalle definizioni introdotte dalle nuove normative. La seconda parte entra nel dettaglio delle scelte comunali per le varie zone urbanistiche, indicando le tipologie commerciali proposte per le varie zone, distinte anche per categorie merceologiche alimentari e non alimentari.

Analogo lavoro di schedatura è stato compiuto introducendo nei database delle coperture geografiche delle zonizzazioni di PRG le informazioni relative alle

possibili destinazioni d'uso ed al rango commerciale massimo con la stessa classificazione e la stessa decodifica utilizzata per le schede (Fig. 1 e 2).

Questo lavoro, molto oneroso in termini di interpretazione della proposta, individuazione delle aree e aggiornamento dei database con l'introduzione di ulteriori campi, è stato indispensabile per confrontare le interazioni spaziali delle proposte commerciali e per altre valutazioni di tipo urbanistico come, ad esempio, valutazioni rispetto alla presenza e all'accessibilità delle reti infrastrutturali, alla dotazione di servizi pubblici (in particolare di parcheggi) o alle ricadute in termini di impatto economico rispetto ai centri storici o alle aggregazioni significative di esercizi commerciali di piccole dimensioni (Fig. 3 e 4).

Inoltre, l'utilizzo dei sistemi informativi per la schedatura delle proposte ha consentito la produzione di cartografie di sintesi a livello comunale (Fig.5 e 6), di subambito (Fig. 7 e 7a) o per l'intera provincia che si sono rilevate indispensabili per il successivo lavoro di discussione ed in molti casi di ridimensionamento delle proposte comunali.

Si è quindi proceduto alla realizzazione di un primo quadro delle aree per insediamento di medie e grandi strutture di vendita proposte dai Comuni, che è stato illustrato in diversi incontri tecnici di ambito. Il quadro è stato man mano modificato ed integrato in base alle successive variazioni, alle proposte pervenute da parte dei Comuni. In generale, si è assistito ad un processo di specificazione e limitazione delle possibilità insediative commerciali sul territorio.

La fase immediatamente successiva è consistita nella differenziazione fra proposte commerciali di interesse comunale e proposte di interesse sovracomunale. Questa distinzione, attuata sulla base di criteri approvati dalla Conferenza dei Servizi, ha consentito di approvare le individuazioni di proposte di rango comunale, rimandando la loro attuazione e programmazione ad un provvedimento di natura esclusivamente comunale ("Norme sul procedimento e definizione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento di superficie degli esercizi di vicinato") e di concentrare le analisi e le istruttorie sulle proposte che, per dimensionamento in termini di superfici di vendita realizzabili e per rango commerciale indicato, avevano ricaduta al livello di subambito o di ambito provinciale.

Le proposte, denominate ambiti commerciali di rango sovracomunale e costituite da aggregazione di aree contigue con usi commerciali, sono state poi numerate e distinte a seconde della categoria merceologica. Per ciascuna di esse è stata prodotta una scheda di sintesi delle valutazioni di carattere urbanistico e pianificatorio, indicate nei Criteri regionali. In particolare, sono state valutate rispetto ai seguenti temi:

- coerenza con il sistema insediativo del territorio provinciale definito negli strumenti di pianificazione provinciale;
- contenimento del consumo del territorio;
- compatibilità riguardo alle problematiche legate alla mobilità ed accessibilità delle strutture;
- compatibilità ambientali;
- rapporto di concorrenza / integrazione con il tessuto commerciale già insediato.

Ciascun tema è stato suddiviso in ulteriori sottocategorie, per le quali sono stati definiti valori corrispondenti alle caratteristiche, ai livelli di prestazioni o a vari livelli di problematicità (soprattutto per quello che riguarda le compatibilità trasportistiche ed ambientali), i valori per ciascun ambito di livello sovracomunale sono descritti nelle “Schede di analisi per le aree sovracomunali” ed inseriti nel database informativo territoriale, in modo da essere facilmente interrogabili e valutabili.

4.3 Le determinazioni finali della Conferenza dei Servizi

La fase successiva ha consistito nella definizione delle determinazioni definitive riguardo le proposte presentate e, di seguito, man mano modificate.

Le determinazioni della Conferenza riguardo le proposte sovracomunali sono in generale schematizzabili in tre categorie:

- proposte non sottoposte a prescrizioni o limitazioni di particolare rilievo;
- proposte la cui attuazione è subordinata al verificarsi di certe condizioni, legate in particolare alla realizzazione di interventi di tipo infrastrutturale che assicurino la compatibilità dal punto di vista della mobilità;
- proposte per le quali il rango commerciale proposto è sicuramente incompatibile con le vocazioni e le caratteristiche delle aree e per le quali si richiede un ridimensionamento dal punto di vista delle superfici realizzabili e/o delle tipologie di strutture commerciali insediabili.

Tali determinazioni sono interamente ed esaustivamente descritte nel documento “Prescrizioni e condizioni per l’attuazione delle previsioni commerciali contenute nei PRG vigenti” (allegato in Appendice); inoltre all’interno di questo documento, costruito per schede riguardanti i singoli comuni, viene allegata una tabella per

ciascuna scheda, relativamente alle superfici utili realizzabili nel settore commerciale per strutture di livello sovracomunale nella fase di prima attuazione della Riforma, ossia fino all'adeguamento del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale.

Inoltre, è stata prodotta per ciascun Comune una scheda intitolata "Sintesi delle previsioni urbanistiche nel settore commerciale – Proposte di adeguamento comunali modificate in fase istruttoria e prescrizioni e condizionamenti previsti dalla Conferenza dei Servizi"; in pratica un aggiornamento della scheda "Proposta per l'adeguamento alle direttive commerciali di cui..." con l'individuazione della corrispondenza fra gli ambiti di livello sovracomunale e le zone urbanistiche con destinazioni d'uso di tipo commerciale, oltre all'indicazione e all'aggiornamento delle tipologie commerciali giudicate compatibili.

La scheda di testo e la tabella, unitamente a tavole grafiche, a scala comunale, che rappresentano il rango commerciale delle zone del PRG (tramite legenda ed etichette di sintesi anche degli usi di tipo commerciale consentiti), individuano, tramite cerchiatura e numerazione, le aree di livello sovracomunali, localizzano le principali strutture commerciali già esistenti, costituiscono atti della Conferenza e saranno il riferimento per la corretta attuazione delle previsioni commerciali fino alla revisione operata con il Piano Provinciale di coordinamento.

4.4 Sintesi dei risultati della Conferenza dei Servizi

Le tabelle successive danno concisamente conto degli esiti conseguiti con le attività connesse alla Conferenza provinciale dei Servizi.

La prima tabella mostra l'evoluzione e l'affinamento delle proposte di adeguamento comunali, in termini di riduzione della superficie di vendita destinata alla medio-grande e grande distribuzione.

Le date di riferimento sono una data generica prima dell'attivazione del processo di riforma (23 settembre), la data indicata in un primo momento come termine ultimo per la definizione delle proposte comunali (22 febbraio), la data nella quale, inizialmente, era prevista la conclusione dei lavori della Conferenza (23 marzo) ed infine la data di definitiva conclusione della Conferenza stessa.

Il primo valore, corrispondente a più di 9 milioni di mq. di superficie di vendita, è puramente indicativo della generale indifferenziazione degli usi di tipo commerciale nelle strumentazioni urbanistiche comunali. Più significativi sono i trend di riduzione delle superfici proposte per la grande distribuzione per le ulteriori tre caselle. La prima tiene conto delle proposte comunali così come sono

state formulate in un primo momento senza coordinamento e concertazione fra gli enti interessati, la seconda invece rispecchia già il lavoro di ridimensionamento e puntualizzazione, compiuto soprattutto tramite incontri di concertazione a livello di singolo comune con la Provincia, di subambito e di ambito. In questo intervallo si può assistere ad una notevolissima riduzione delle quantità proposte, che si riducono a circa un terzo passando da 1.400.000 mq iniziali a 600.000 mq.

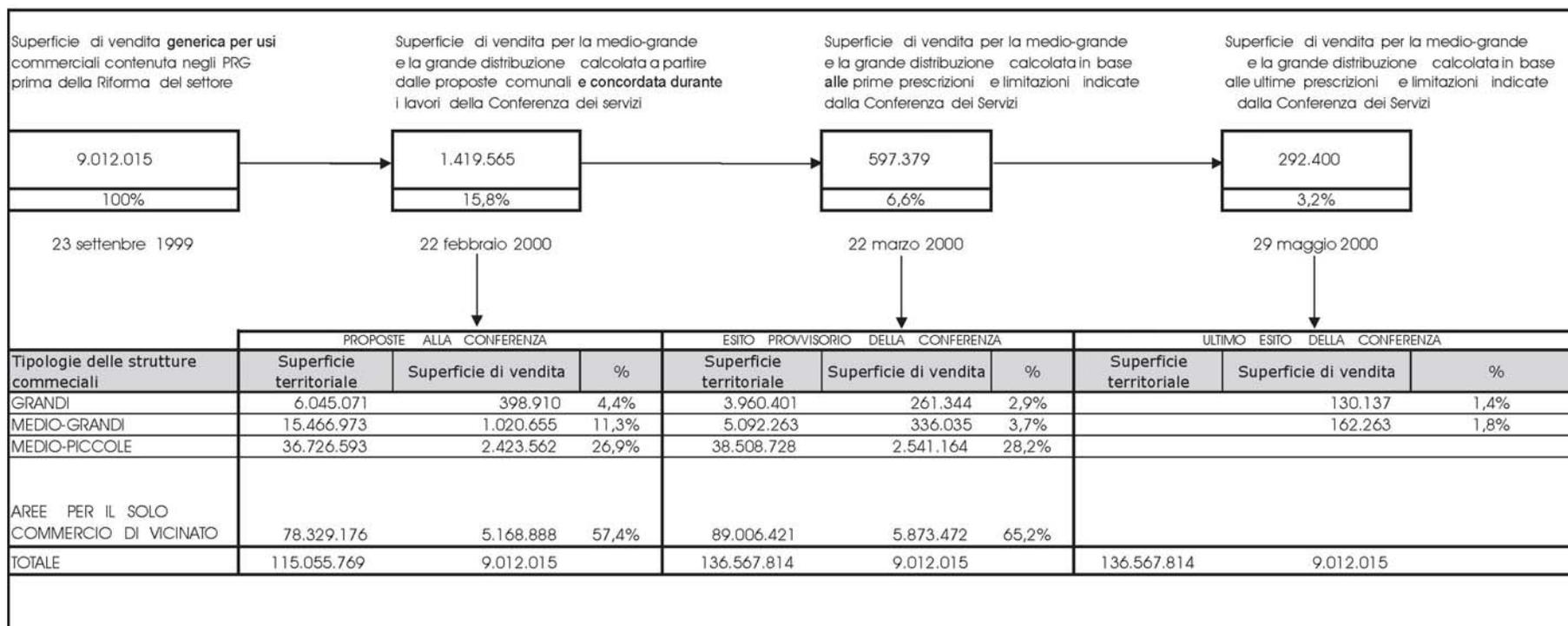
L'ultima casella mostra un ulteriore dimezzamento delle soglie indicate, ottenuto mediante ulteriori prescrizioni e condizionamenti indicati dalla Conferenza dei Servizi.

La superficie di vendita per strutture commerciali di dimensione medio-grande e grande, alla conclusione della Conferenza dei Servizi, ammontava a circa 300.000 mq. e rappresentava una percentuale del 3,2% delle potenzialità teoricamente presenti prima dell'attivazione della Riforma.

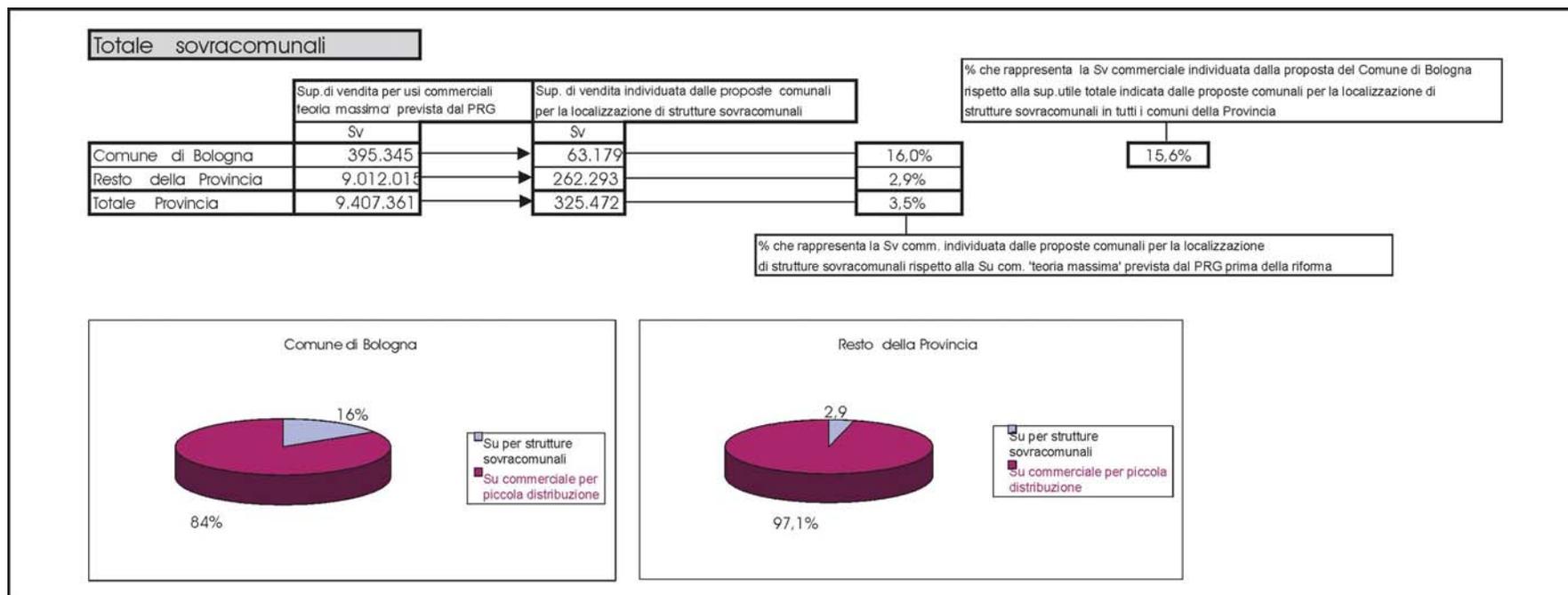
Le tabelle. 2, 3a e 3b suddividono questa quantità complessiva di superficie di vendita per la 'grande distribuzione' a seconda delle categorie merceologiche e all'interno dei vari subambiti.

Infine, le tabelle 4a, 4b, 5a e 5b mostrano le superfici di vendita suddivise nei settori alimentare e non alimentare per ogni comune della provincia di Bologna.

SUDDIVISIONE IN CLASSI TIPOLOGICHE DELLE QUOTE URBANISTICHE PER ATTIVITA'COMMERCIALI CONTENUTE NELLE PROPOSTE DI ADEGUAMENTO COMUNALI CONCORDATE DURANTE I LAVORI DELLA CONFERENZA DEI SERVIZI E CALCOLATE IN BASE ALLE PRESCRIZIONI ED ALLE LIMITAZIONI INDICATE DALLA CONFERENZA STESSA.



Tab. 1: *Suddivisione in classi tipologiche delle previsioni urbanistiche per attività commerciali nelle varie fasi che hanno caratterizzato i lavori della Conferenza Provinciale dei Servizi.*

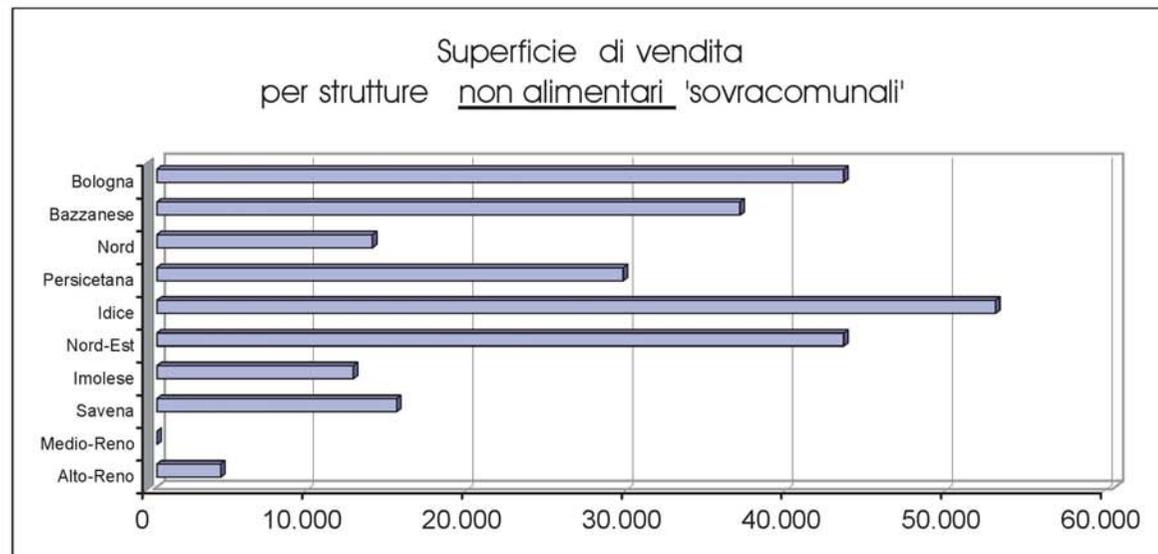


Tab. 2: Confronto tra Comune di Bologna e Resto della Provincia relativamente alla quota assoluta e percentuale della superficie di vendita per strutture commerciali di rilievo sovracomunale, individuate nelle proposte comunali, rispetto al totale della superficie di vendita destinata ad usi commerciali, comprendente anche strutture di vicinato e piccola distribuzione.

Superficie di vendita per il settore non alimentare contenuta nelle proposte comunali di valenza sovracomunale, suddivisa per subambito, in base alle indicazioni definitive della Conferenza dei Servizi (29/5/2000)

Totale non alim. sovracomunali		
ambiti	Sv	% sul tot.
Bologna	43.000	17,3%
Bazzanese	36.500	14,7%
Nord	13.500	5,4%
Persicetana	29.200	11,7%
Idice	52.500	21,1%
Nord-Est	43.000	17,3%
Imolese	12.300	4,9%
Savena	15.000	6,0%
Medio-Reno	0	0,0%
Alto-Reno	4.000	1,6%

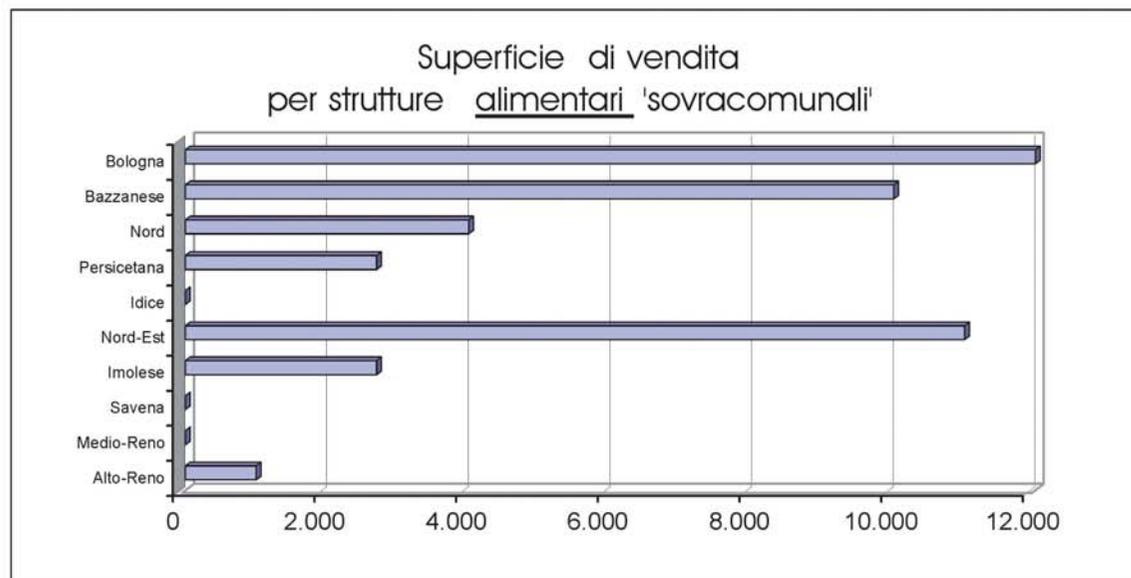
Bologna	43.000	17,3%
Resto della Provincia	206.000	82,7%
Totale Provincia	249.000	



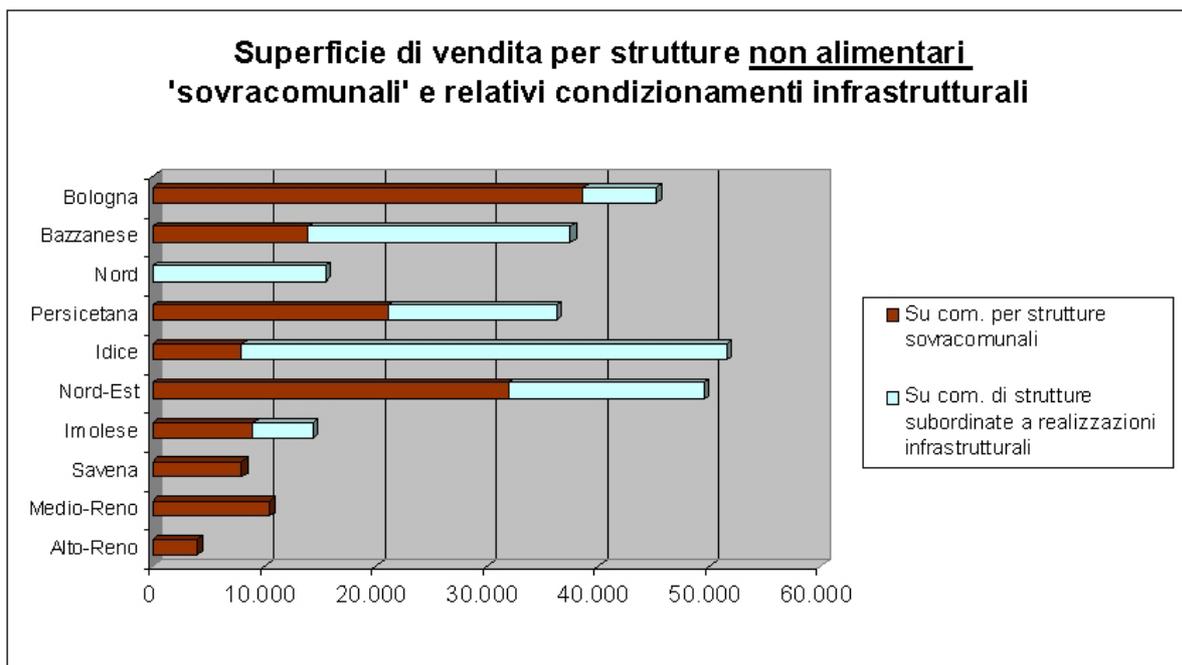
Tab. 3.a: Superficie di vendita per strutture commerciali non alimentari di rango sovracomunale, distinta per ambiti, in base alle determinazioni definitive della Conferenza Provinciale dei Servizi.

Superficie di vendita per il settore alimentare contenuta nelle proposte comunali di valenza sovracomunale, suddivisa per subambito, in base alle indicazioni definitive della Conferenza dei Servizi (29/5/2000)

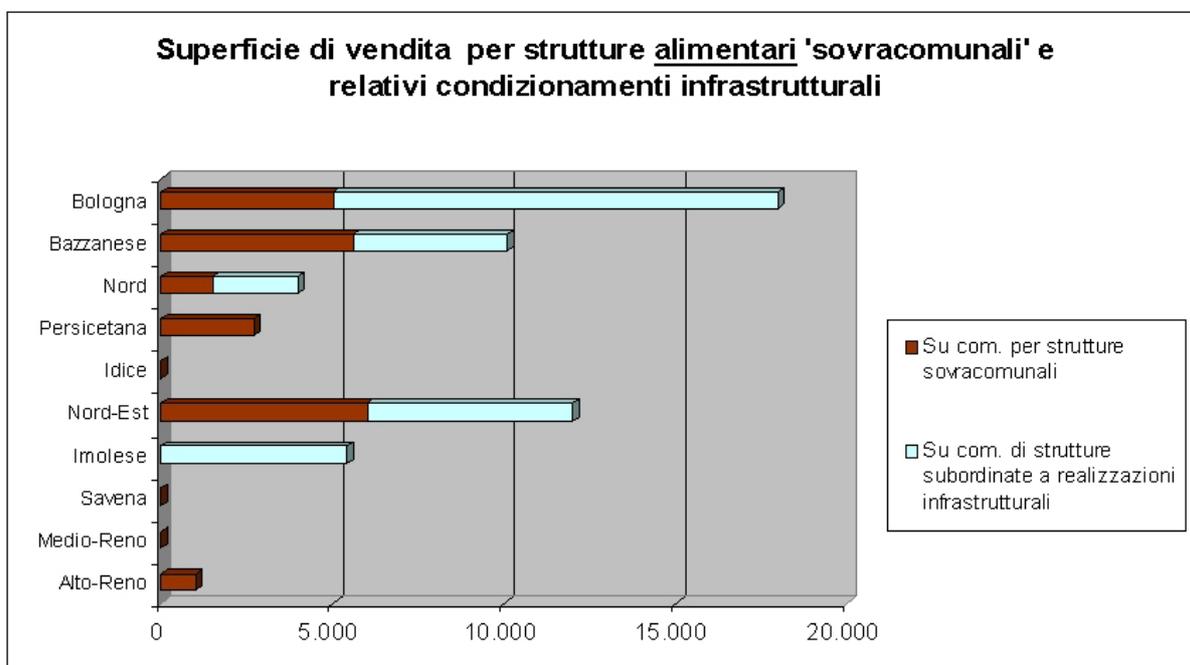
Totale alimentari sovracomunali		
ambiti		% sul tot.
Bologna	12.000	27,6%
Bazzanese	10.000	23,0%
Nord	4.000	9,2%
Persicetana	2.700	6,2%
Idice	0	0,0%
Nord-Est	11.000	25,3%
Imolese	2.700	6,2%
Savena	0	0,0%
Medio-Reno	0	0,0%
Alto-Reno	1.000	2,3%
Bologna		
Bologna	12.000	27,6%
Resto della Provincia	31.400	72,4%
Totale Provincia	43.400	



Tab. 3.b: Superficie di vendita per strutture commerciali alimentari di rango sovracomunale, distinta per ambiti, in base alle determinazioni definitive della Conferenza Provinciale dei Servizi.

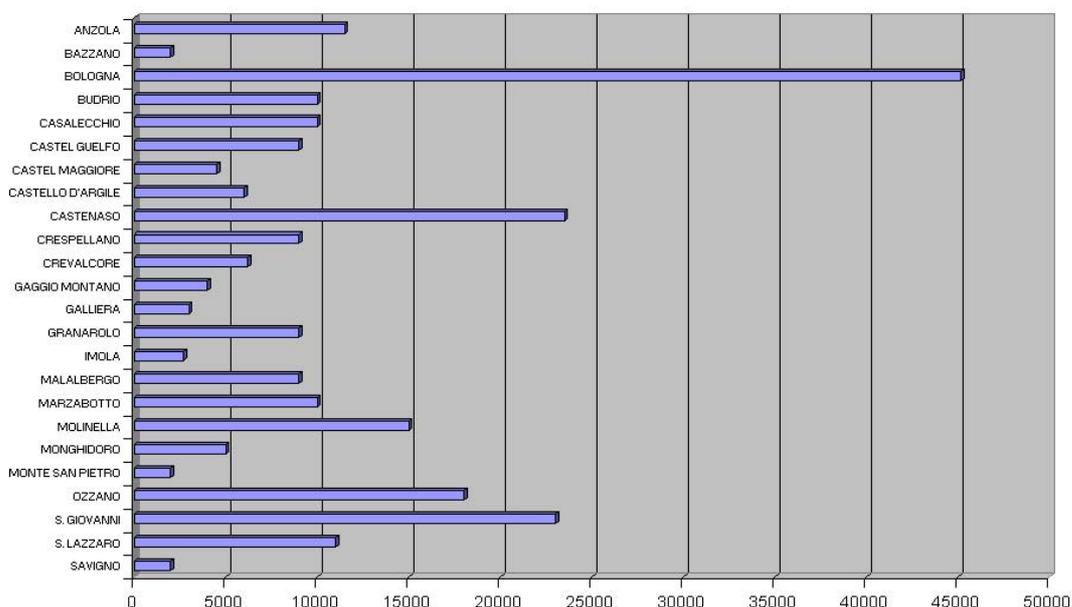


Tab.4.a: Superficie di vendita per strutture commerciali non alimentari di rango sovracomunale, distinta per ambiti e in base alla presenza di condizionamenti infrastrutturali per l'attuazione delle previsioni



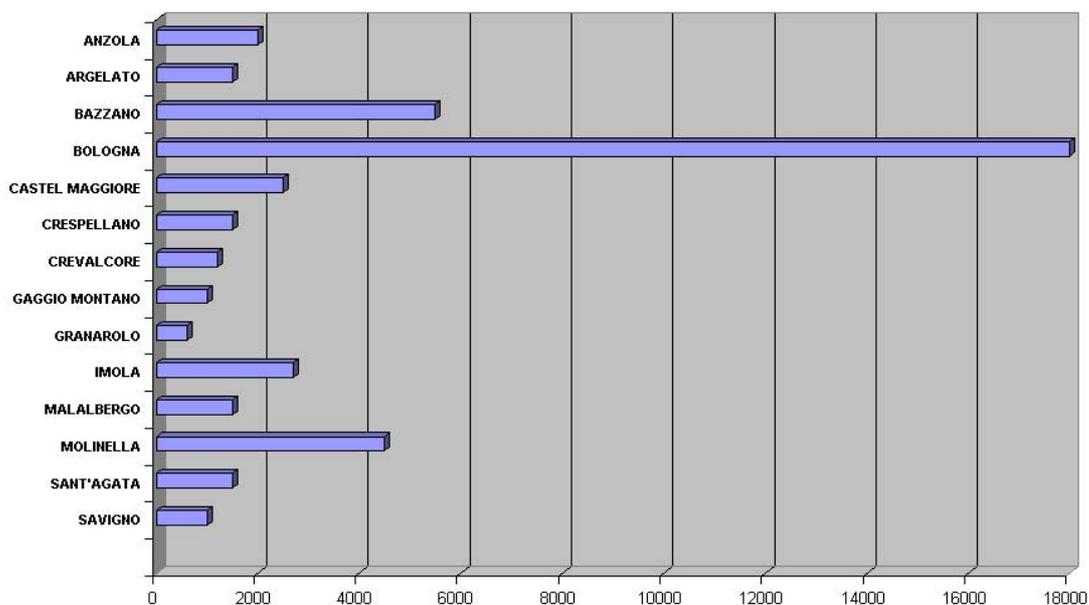
Tab.4.b: Superficie di vendita per strutture commerciali alimentari di rango sovracomunale, distinta per ambiti e in base alla presenza di condizionamenti infrastrutturali per l'attuazione delle previsioni

Superficie di vendita per strutture non alimentari di rango sovracomunale



Tab.5.a: Superficie di vendita per strutture non alimentari di rango sovracomunale a livello comunale, come definita dalle determinazioni finali della Conferenza provinciale dei Servizi

Superficie di vendita per strutture alimentari di rango sovracomunale



Tab.5.b: Superficie di vendita per strutture alimentari di rango sovracomunale a livello comunale, come definita dalle determinazioni finali della Conferenza provinciale dei Servizi

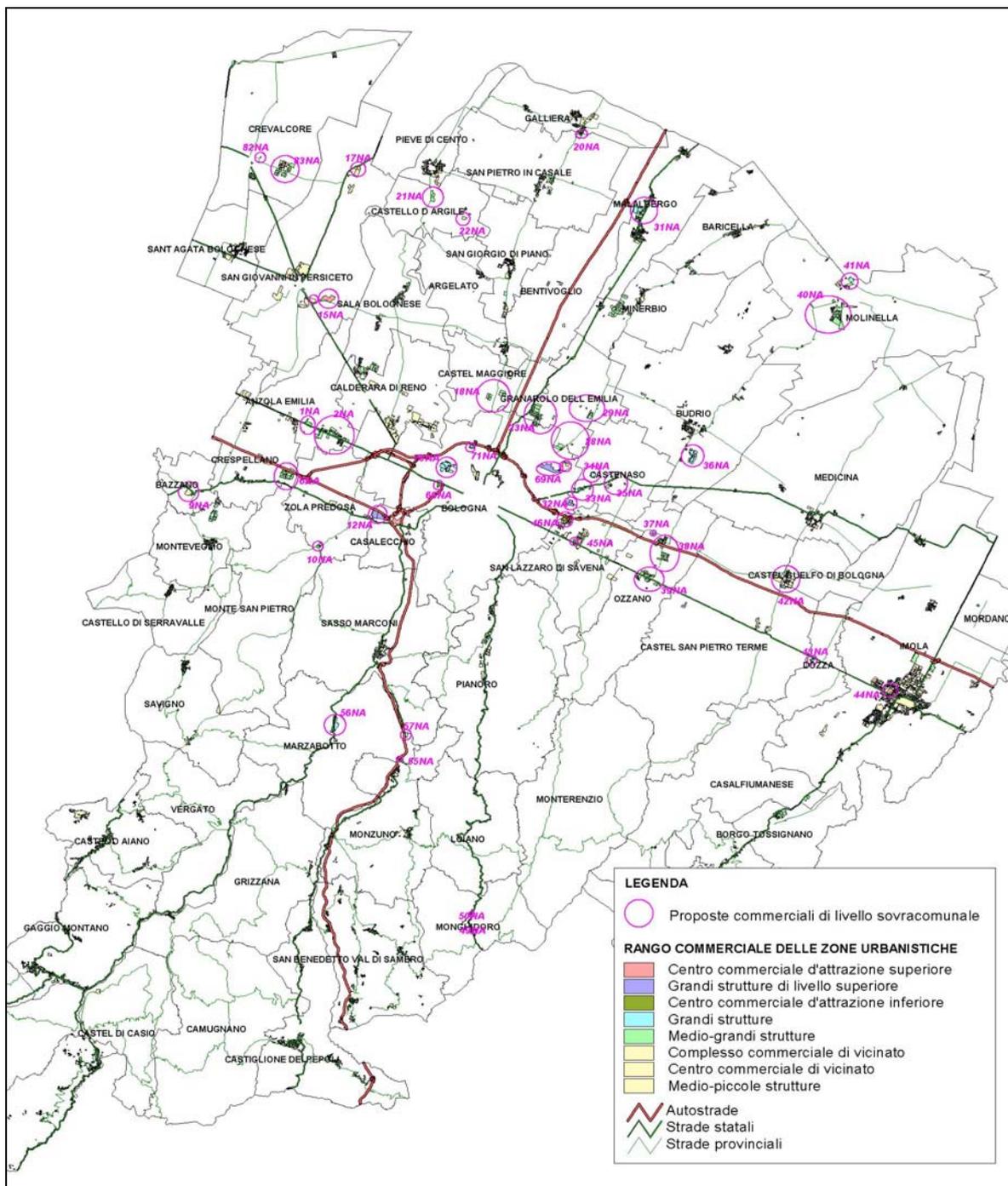


Fig.1: Identificazione del rango commerciale delle zone urbanistiche scaturito dalle proposte comunali di adeguamento in Conferenza Provinciale dei Servizi e conseguente individuazione delle proposte commerciali che assumono rango sovracomunale nel settore non alimentare

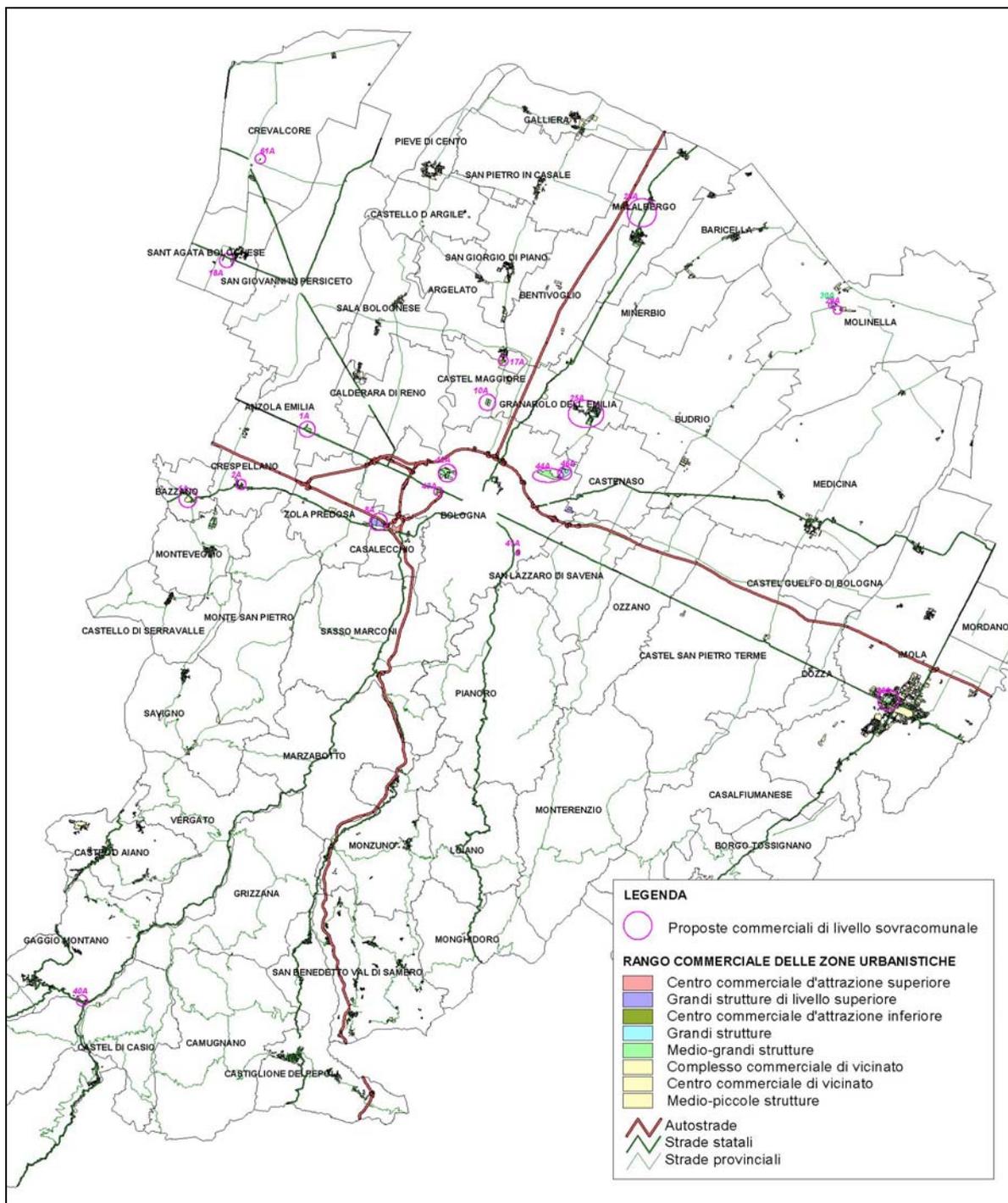


Fig.2: Identificazione del rango commerciale delle zone urbanistiche scaturito dalle proposte comunali di adeguamento in Conferenza Provinciale dei Servizi e conseguente individuazione delle proposte commerciali che assumono rango sovracomunale nel settore alimentare

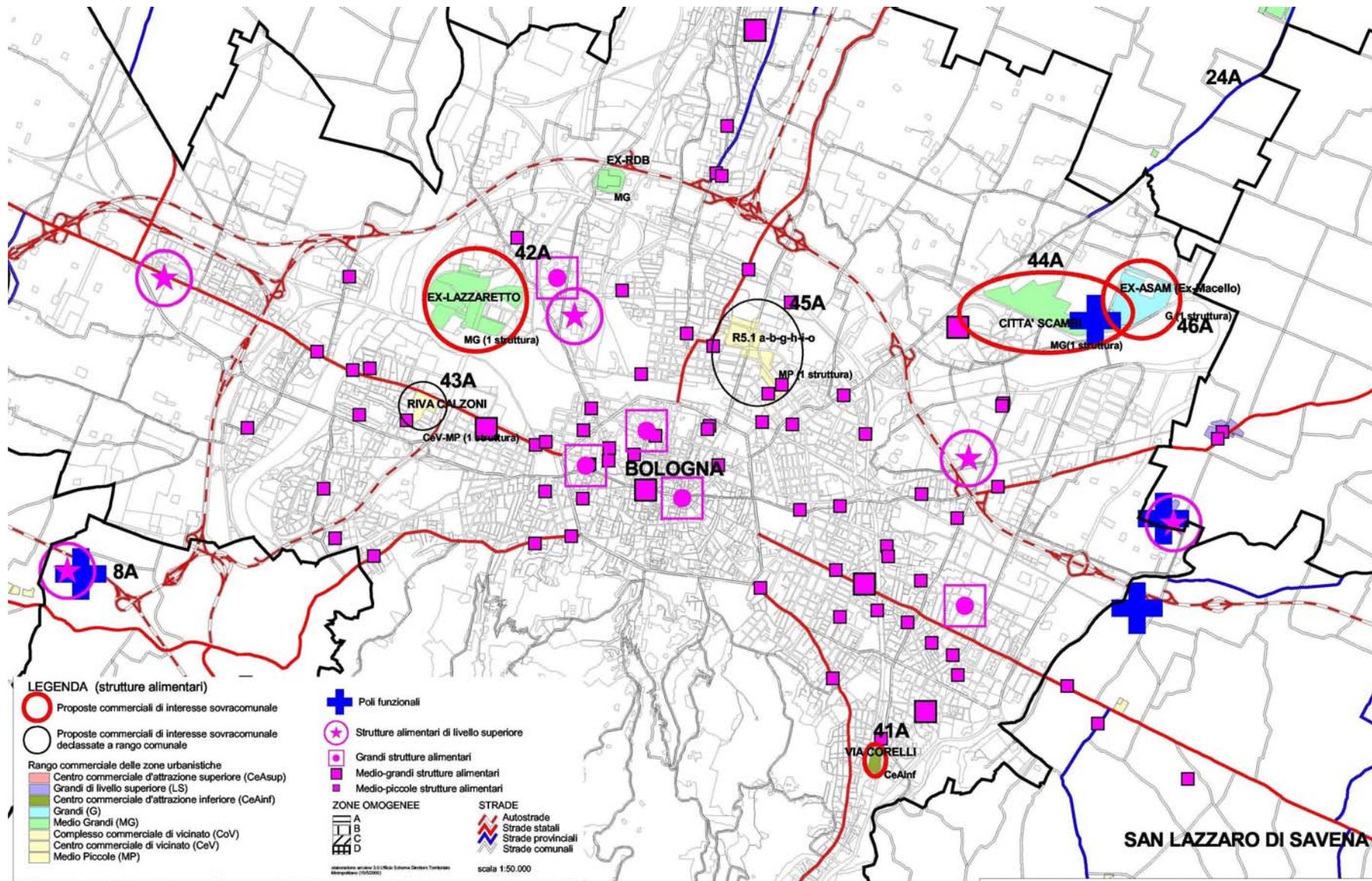


Fig.3: Localizzazione delle strutture commerciali alimentari esistenti, identificazione del rango commerciale delle zone e conseguentemente delle proposte commerciali che assumono rango sovracomunale nel settore alimentare, individuazione dei poli funzionali e rappresentazione del sistema infrastrutturale della mobilità nell'area urbana bolognese

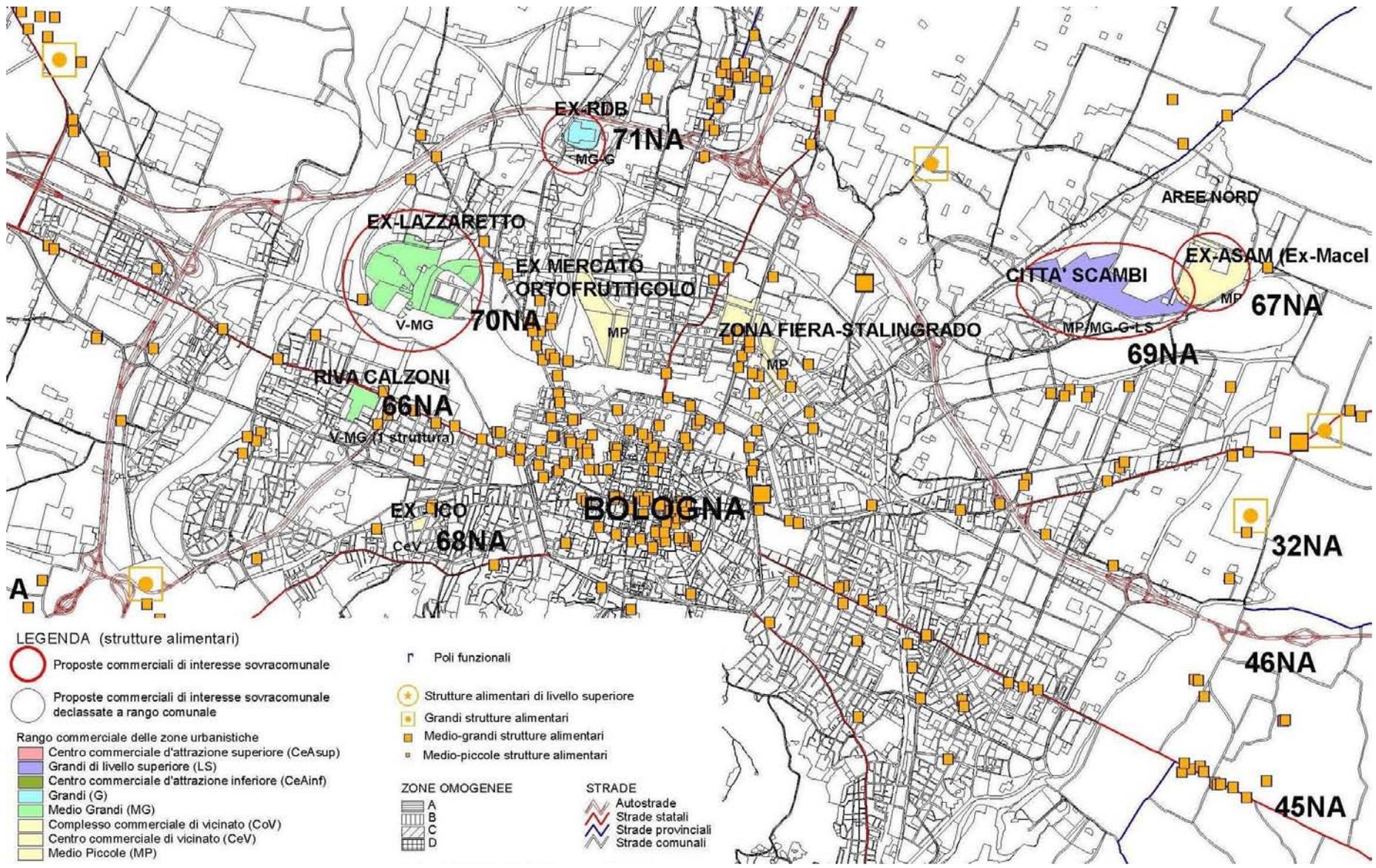


Fig.4: Localizzazione delle strutture commerciali non alimentari esistenti, identificazione del rango commerciale delle zone e conseguentemente delle proposte commerciali che assumono rango sovracomunale nel settore non alimentare e rappresentazione del sistema infrastrutturale della mobilità nell'area urbana bolognese

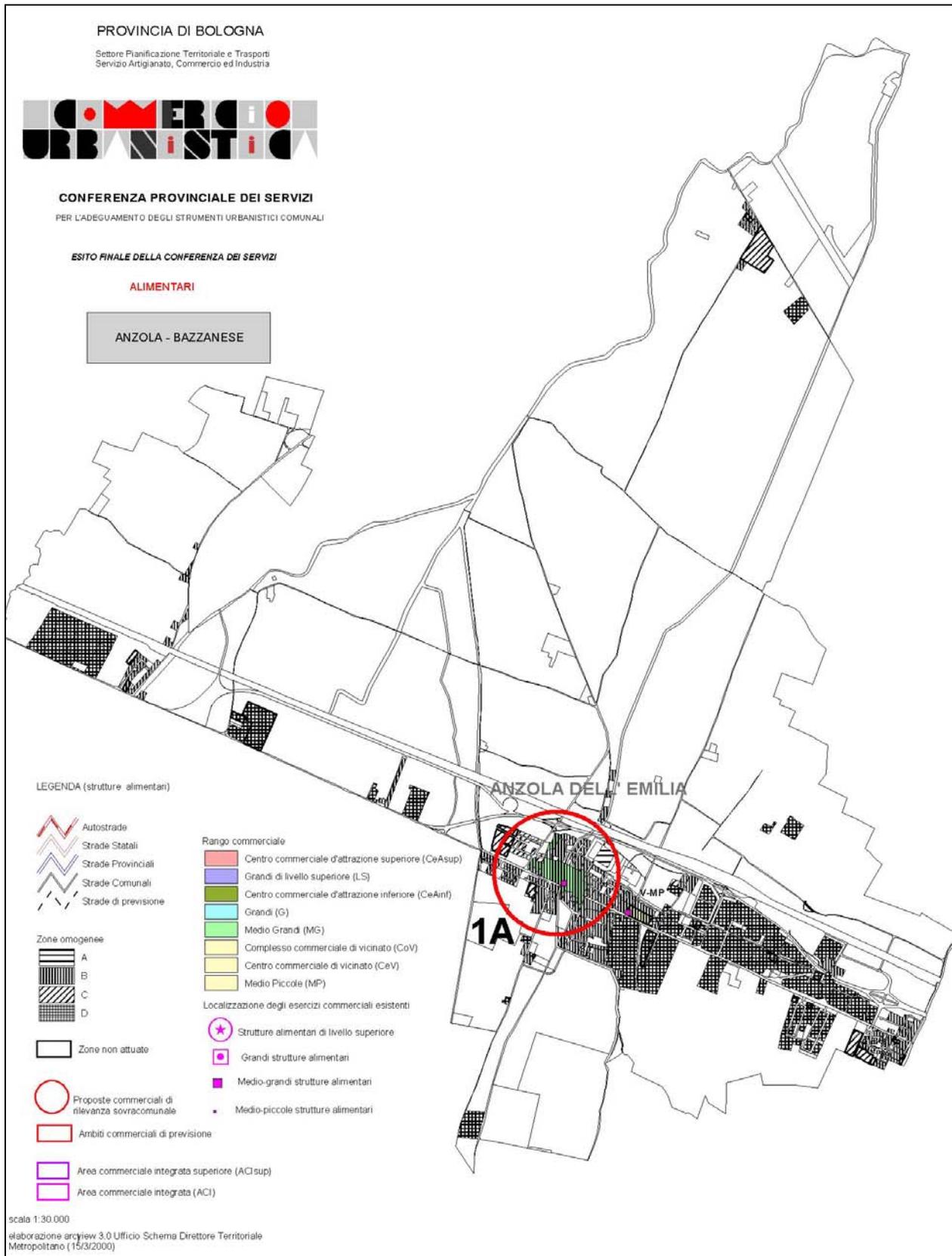


Fig.5: Identificazione a livello comunale del rango commerciale delle zone urbanistiche scaturito dalle proposte comunali di adeguamento in Conferenza Provinciale dei Servizi, localizzazione delle strutture commerciali esistenti e individuazione delle proposte commerciali che assumono rango sovracomunale nel settore alimentare

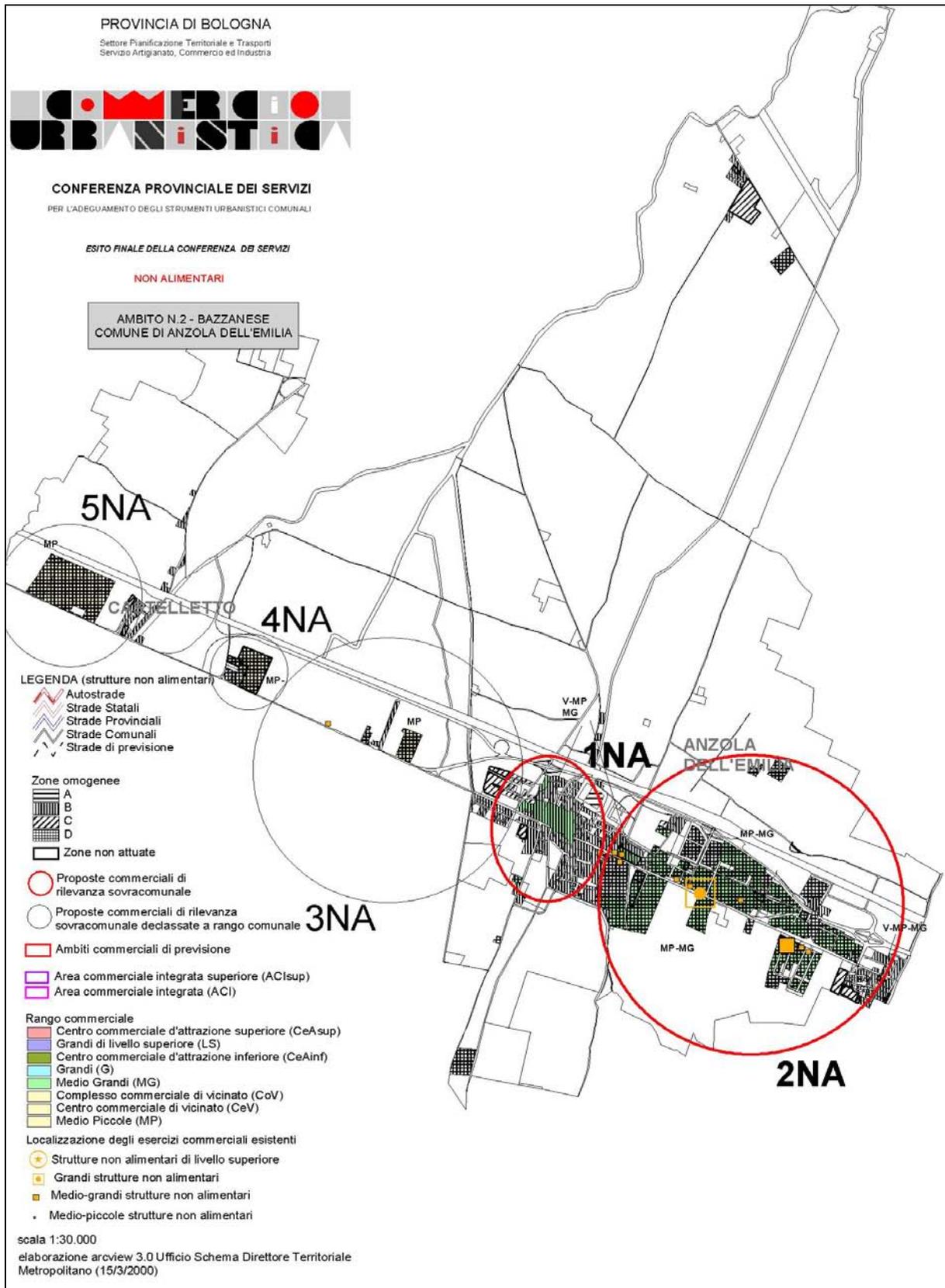


Fig.6: Identificazione a livello comunale del rango commerciale delle zone urbanistiche scaturito dalle proposte comunali di adeguamento in Conferenza Provinciale dei Servizi, localizzazione delle strutture commerciali non alimentari esistenti e individuazione delle proposte commerciali che assumono rango sovracomunale nel settore non alimentare

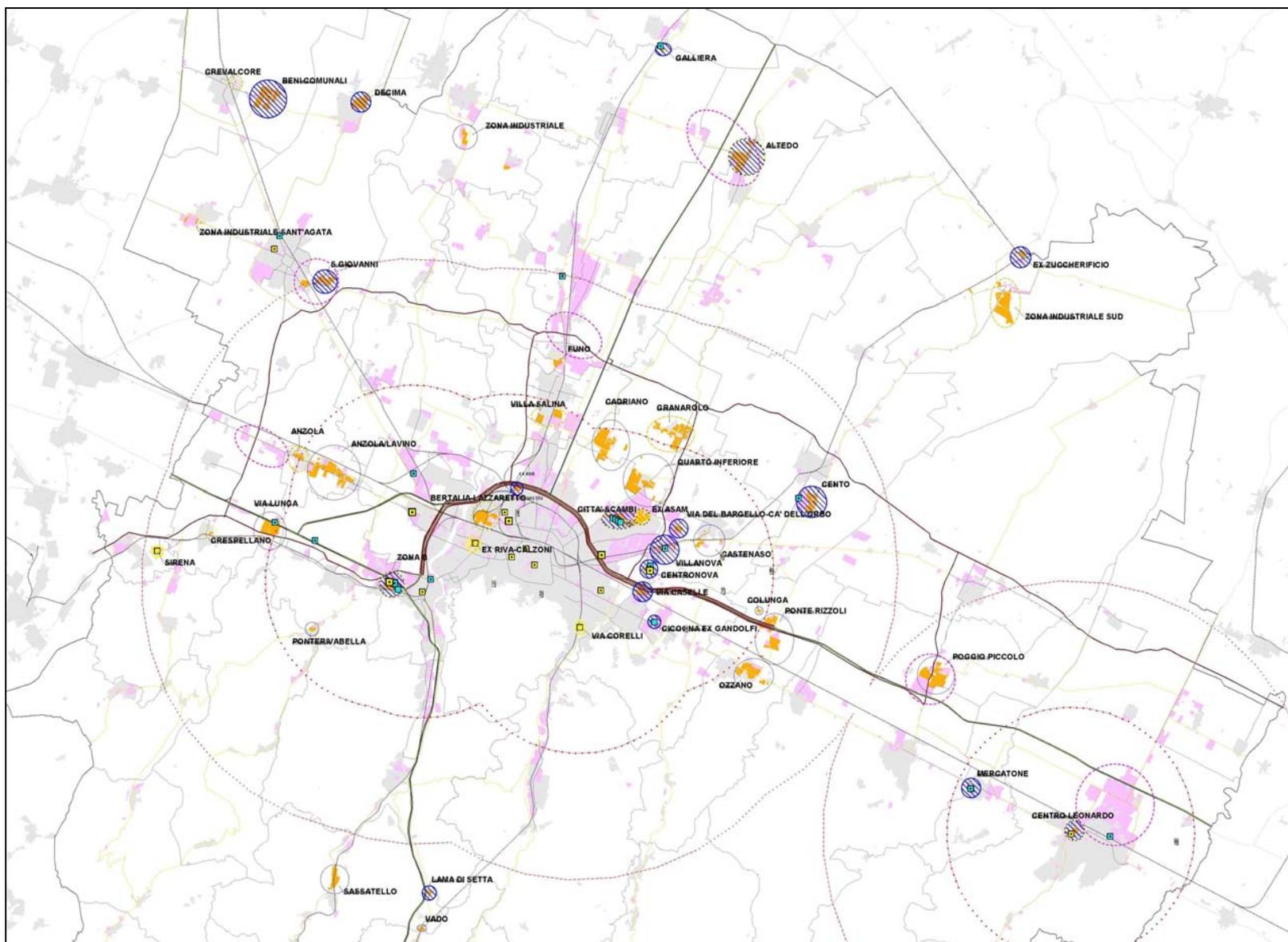


Fig.7: Ambiti per attività commerciali di rilievo sovracomunale sanciti dalla Conferenza provinciale dei Servizi, grandi strutture esistenti e programmate nella fase transitoria

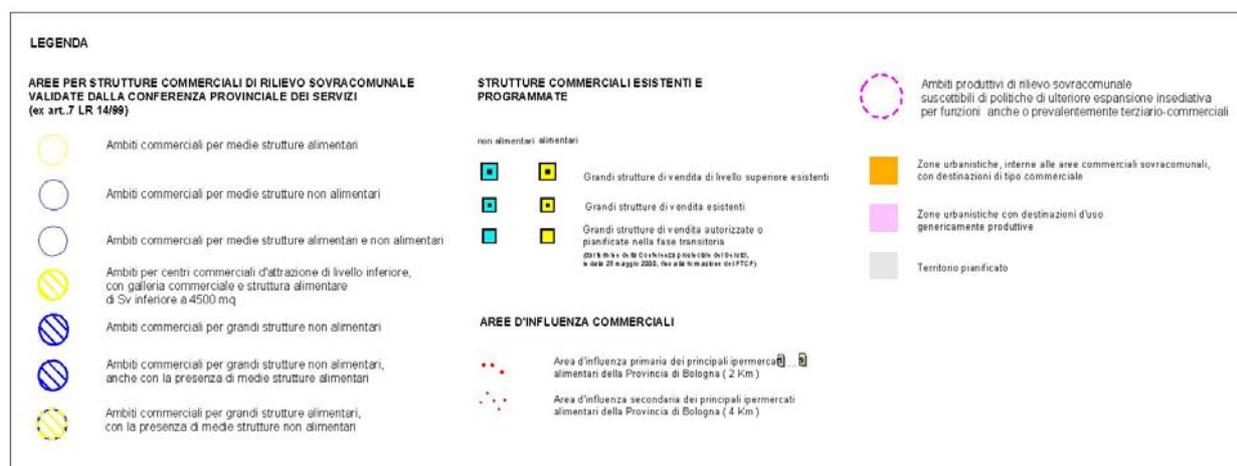
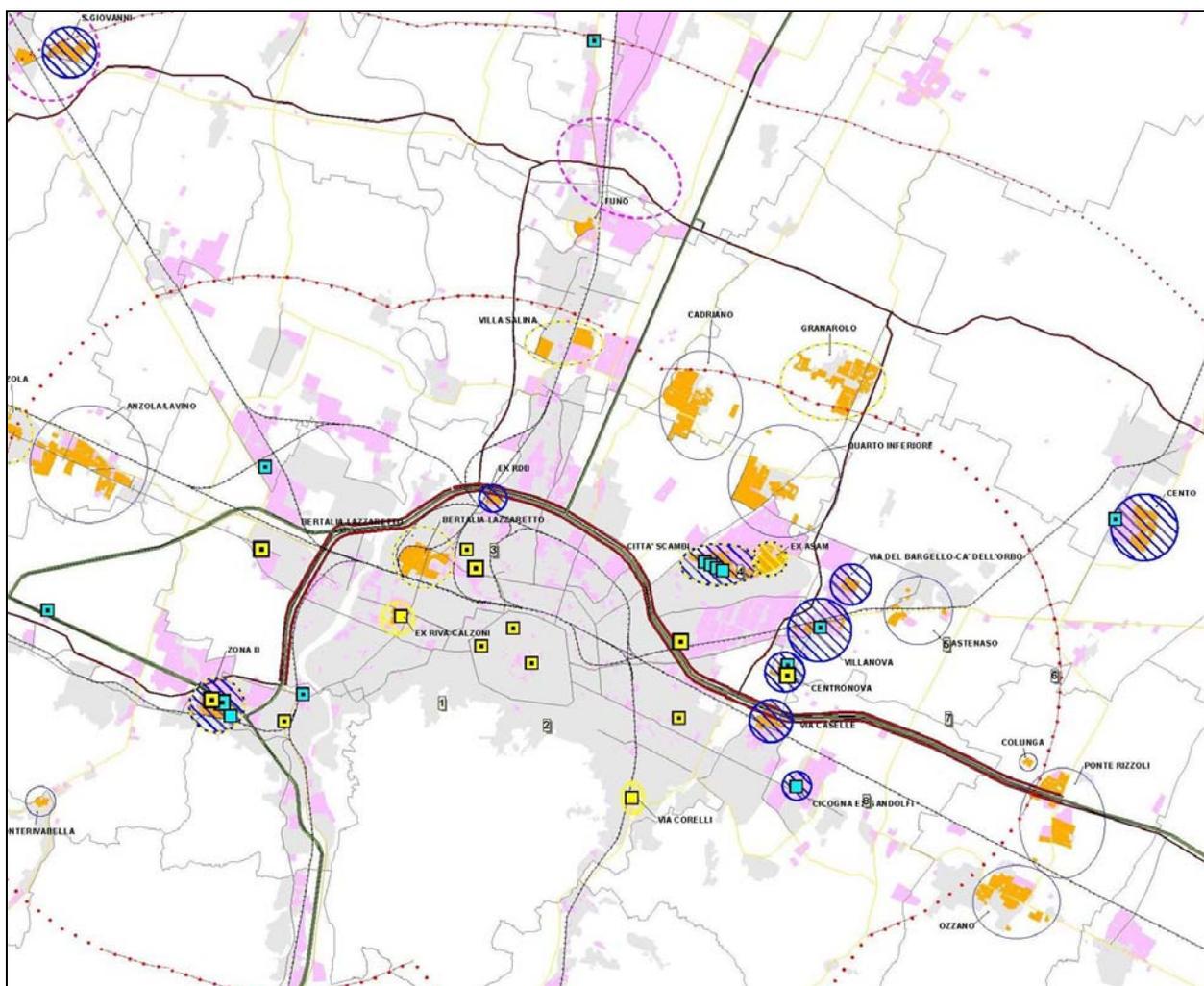


Fig.7a: Ambiti per attività commerciali di rilievo sovracomunale sanciti dalla Conferenza provinciale dei Servizi, grandi strutture esistenti e programmate nella fase transitoria (Tav. C.1.6.1 degli Allegati tematici del "Quadro Conoscitivo" del nuovo PTCP della Provincia di Bologna)

5. Criteri di valutazione della compatibilità urbanistica di eventuali ulteriori previsioni di insediamenti commerciali, in variante urbanistica, avanzate dai Comuni fino all'approvazione del PTCP

Determinazioni assunte ai sensi dell'art. 7 comma 6 della L.R. 14/99

Premessa: definizioni abbreviate

Nel testo che segue si definisce sinteticamente:

- *“Criteri regionali A”*: la Deliberazione del Consiglio Regionale n. 5701 del 23/9/1999 “Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa, in applicazione dell'art. 4 della L.R. 5 luglio 1999 n. 14”;
- *“Criteri regionali B”*: la Deliberazione della Giunta Regionale n. 293 del 25/01/2000 “Criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, in attuazione dell'art. 3 comma 2 lett.b) della L.R. 5 luglio 1999 n. 14”

5.1 Criteri di valutazione di applicazione generalizzata

Si richiamano in primo luogo i criteri fondamentali che sono stati applicati in termini generalizzati in sede di Conferenza per la valutazione dell'idoneità delle aree destinate all'insediamento di medie e grandi strutture di vendita.

Contenimento del consumo di territorio

Nella localizzazione di nuovi insediamenti commerciali vanno privilegiate le scelte tendenti all'integrazione, al riuso o alla sostituzione di insediamenti esistenti e alla riqualificazione del territorio urbanizzato, piuttosto che all'urbanizzazione di nuove aree; quest'ultima è ammissibile solo qualora sussistano esigenze di potenziamento del servizio commerciale non soddisfacibili con operazioni nell'ambito del territorio urbano nei termini di cui sopra.

Questo criterio è espresso in termini generali al punto 2.2.6 dei “Criteri regionali A”. E' inoltre sviluppato al punto 2a dei “Criteri regionali B”, anche con riferimento ai consumi di suolo indirettamente determinati dal nuovo insediamento, oltre a quelli diretti; gli indirizzi ivi espressi sono riferiti specificamente alle grandi strutture, ma assumono una valenza generale che si ritiene di estendere anche alle medie strutture.

Coerenza con le strategie di assetto del sistema insediativo a scala provinciale definite negli strumenti di pianificazione provinciale

Questo criterio è richiamato al punto 2.2.2 dei “Criteri regionali A” e al punto 2.b.1 dei “Criteri regionali B”.

Nel caso della Provincia di Bologna il richiamo è a quanto espresso nel Piano Territoriale Infraregionale, al capo II dell’Elaborato n. 2 “Indirizzi per il sistema insediativo” e al Capo IV dell’Elaborato n. 3 “Direttive per il sistema insediativo”.

Si richiamano in particolare e in estrema sintesi gli obiettivi riguardanti:

- il consolidamento di un sistema insediativo policentrico, basato su una gerarchia consolidata dei diversi centri (città regionali, centri ordinatori, centri integrativi, centri di base) e sullo sviluppo di un numero limitato e definito di “polarità urbane complesse”;
- il contenimento dei fenomeni di diffusione insediativa;
- l’esclusione dell’ulteriore dilatazione espansiva dell’area urbana centrale;
- la ricucitura e razionalizzazione dei tessuti urbani nella fascia dello “sfrangiamento insediativo” (prima cintura) senza ulteriori espansioni, se non limitate ad alcune polarità urbane e direttrici particolarmente infrastrutturate;
- il consolidamento della corona dei maggiori centri ‘storici’ (ordinatori e integrativi) della pianura e della collina;
- la stretta correlazione fra l’offerta insediativa nell’area montana e i condizionamenti ambientali e quelli derivanti dai limiti del sistema infrastrutturale.

In specifico, il PTI considera gli interventi di “ristrutturazione e ammodernamento della rete commerciale” e, in particolare, le strutture che determinano attrazione sovracomunale fra quelli da dimensionare in relazione al rango attribuito a ciascun centro; va, cioè, evitata la previsione di strutture sovradimensionate, rispetto all’entità della popolazione residente entro un raggio di ragionevole accessibilità.

Compatibilità ambientali

Nella localizzazione di nuovi insediamenti commerciali vanno valutati i profili di compatibilità ambientale, con particolare riferimento:

- alla compatibilità acustica e, in specifico, al disturbo acustico prodotto dalla viabilità di accesso qualora sia contigua o interferisca con zone residenziali o con ricettori particolarmente sensibili (scuole, ospedali, aree a verde attrezzato,...);

- alla compatibilità idrogeologica e, in specifico, allo smaltimento dei reflui, anche in relazione alla impermeabilizzazione del suolo e alla capacità dei recettori finali e degli impianti di depurazione;
- alla compatibilità paesaggistico-ambientale, in relazione agli impatti sul paesaggio e sui sistemi di risorse storico-culturali del territorio.

Questo criterio è espressamente sviluppato ai punti 2.b.5, 6 e 7 dei “Criteri regionali B”, con riferimento alle grandi strutture, ma è richiamato, per taluni aspetti, anche al punto 4.2 dei “Criteri regionali A”, con riferimento alle medie strutture.

Compatibilità riguardo alla mobilità e all’accessibilità

Nell’insediamento di nuove medie e grandi strutture commerciali devono essere assicurati requisiti di localizzazione e di organizzazione degli accessi tali da offrire un’efficace accessibilità rispetto al bacino di utenza previsto e da minimizzare l’impatto della struttura sull’efficienza della rete stradale.

I requisiti di accessibilità sono così definiti:

- a) idoneità della collocazione rispetto alla gerarchia della rete viaria;
- b) efficacia della collocazione rispetto ai nodi di interscambio fra mobilità individuale e collettiva;
- c) efficienza dell’innesto fra viabilità pubblica e privata.

Nei “Criteri regionali A”, per ciascun requisito, sono descritti gradi diversi di prestazioni da assicurare in relazione alla tipologia e alla dimensione della struttura di vendita. In sede di valutazione della compatibilità della previsione urbanistica deve, in particolare, essere verificata la sussistenza di prestazioni idonee riguardo al requisito di cui alla lettera a); successivamente, tutti e tre i requisiti sono materia di valutazione in sede di rilascio dell’autorizzazione commerciale.

5.2 Criteri di valutazione in relazione alle tipologie di strutture previste

Strutture di vendita medio-piccole e centri commerciali di vicinato

La Conferenza dei Servizi ha stabilito che, in termini di potenziali effetti sulla mobilità e sulla rete preesistente, alle medio-piccole strutture di vendita possa essere in generale attribuita una rilevanza limitata al comune in cui la struttura è collocata, salvo l’eventualità di una medio-piccola struttura del settore alimentare

che venga prevista al di fuori del capoluogo del comune di appartenenza in prossimità ad un centro abitato di un altro comune.

Pertanto, con l'eccezione sopra richiamata, per le eventuali ulteriori previsioni riguardanti medio-piccole strutture, nonché, per omogeneità, per i centri commerciali di vicinato, non si indica alcun particolare criterio di valutazione di compatibilità riferito alla specifica destinazione d'uso, salvo richiamare gli indirizzi generali di cui al punto 4.2 dei "*Criteria regionali A*" e, in particolare, il criterio di non collocare nuove strutture di vendita nei territorio extraurbano.

Le nuove previsioni, qualora comportino l'urbanizzazione di nuove aree, saranno comunque valutate dalla Provincia, come ogni altra nuova previsione, sotto il profilo della conformità e coerenza con gli strumenti di pianificazione sovraordinata, con particolare riferimento alle criticità ambientali, alla tutela delle risorse storico-culturali ed ambientali e alle strategie di assetto del sistema insediativo e di quello infrastrutturale.

Medio-grandi strutture di vendita del settore non alimentare

La Conferenza dei Servizi ha stabilito che, in termini di potenziali effetti sulla mobilità e sulla rete preesistente, alle medio-grandi strutture di vendita del settore non alimentare può essere attribuita una rilevanza limitata al comune in cui la struttura è collocata, qualora si tratti di previsioni di strutture singole o che comunque, anche tenendo conto di altre strutture preesistenti e di altre previsioni vigenti, non possono dare luogo ad aggregazioni significative di più strutture. Pertanto, in questo caso, non si indica alcun particolare criterio di valutazione di compatibilità riferito alla specifica destinazione d'uso, salvo richiamare gli indirizzi generali di cui al punto 4.2 dei "*Criteria regionali A*" e, in particolare, il criterio di non collocare nuove strutture di vendita nei territorio extraurbano.

Le nuove previsioni, qualora comportino l'urbanizzazione di nuove aree, saranno comunque valutate dalla Provincia, come ogni altra nuova previsione, sotto il profilo della conformità e coerenza con gli strumenti di pianificazione sovraordinata, con particolare riferimento alle criticità ambientali, alla tutela delle risorse storico-culturali ed ambientali e alle strategie di assetto del sistema insediativo e di quello infrastrutturale.

Nel caso di nuove previsioni che, per dimensione dell'area, per parametri di utilizzazione prevista e/o per la presenza di altre medie strutture preesistenti, possono dare luogo ad aggregazioni significative di medie strutture, trovano applicazione i criteri di valutazione di cui ai precedenti punti 1.1, 1.2, 1.3, 1.4.

Fermo restando il preliminare rispetto delle compatibilità ambientali e delle compatibilità riguardanti la mobilità e l'accessibilità, sono comunque preferibili le localizzazioni all'interno di aree commerciali integrate o comunque all'intorno di preesistenti aggregazioni di strutture commerciali, nonché le localizzazioni in aree già insediate nelle quali si verifichi la dismissione delle precedenti funzioni.

Medio-grandi strutture di vendita del settore alimentare

Per le medio-grandi strutture di vendita del settore alimentare, ivi compresi i centri commerciali comprendenti la vendita di alimentari che si collochino in questa fascia dimensionale, si richiamano i criteri generali di cui al punto 1 e quelli specifici di cui al punto 4.2 dei "Criteri regionali A".

In particolare, ai fini della coerenza con le strategie di consolidamento della struttura storicizzata del sistema insediativo e del contenimento della dispersione insediativa, si considera non compatibile la previsione di ulteriori medio-grandi strutture del settore alimentare al di fuori dei centri abitati che siano classificati come città regionali, centri ordinatori, centri integrativi e centri di base.

Grandi strutture di vendita del settore non alimentare

Fino all'approvazione del PTCP possono essere approvate previsioni per ulteriori grandi strutture di vendita del settore non alimentare esclusivamente:

- negli ambiti individuati dalla Conferenza provinciale dei Servizi come 'poli funzionali', eventualmente in ampliamento dei medesimi;
- nell'ambito dei centri urbani individuati dal PTI come 'città regionali', 'centri ordinatori o 'polarità urbane complesse', in aree individuate dal PRG come 'aree commerciali integrate' o, comunque, sostanzialmente configurabili come tali;
- in aree già insediate nelle quali si verifichi la dismissione delle precedenti funzioni.

Si applicano comunque i "Criteri regionali B" e il punto 4.3 dei "Criteri regionali A", anche in quanto richiamati ai precedenti punti 1.1, 1.2, 1.3, 1.4.

Grandi strutture di vendita del settore alimentare

Fino all'approvazione del PTCP non possono essere approvate previsioni per ulteriori grandi strutture di vendita del settore alimentare. Possono essere valutate previsioni di ampliamento di preesistenti grandi strutture di vendita del settore

alimentare, nel rispetto dei “*Criteri regionali B*” e del punto 4.3 dei “*Criteri regionali A*”.

Aree commerciali integrate di livello superiore, ovvero ‘poli funzionali’

Fino all’approvazione del PTCP non possono essere approvate previsioni di nuove aree commerciali integrate di livello superiore, come definite al punto 1.8 dei “*Criteri regionali A*”.

6. Criteri guida per la programmazione temporale del rilascio di autorizzazioni per grandi strutture commerciali in fase di prima applicazione

6.1 La procedura

Nella Deliberazione del Consiglio Regionale n. 1410 del 29/02/2000, “Criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, in attuazione dell’art. 3 comma 2 lett.b) della L.R. 5 luglio 1999 n. 14”, al punto 2g “Prima fase di attuazione”, viene indicata la procedura per un primo programma di attuazione degli interventi relativi a grandi strutture di vendita.

Tale procedura prevede che:

1. “i Comuni predispongono un primo programma di attuazione degli interventi relativi alle grandi strutture”;
2. “per la verifica e la realizzazione di tale programma i Comuni proponenti chiedono alla Provincia la convocazione di una Conferenza di pianificazione alla quale dovranno partecipare anche la Regione e i Comuni dell’ambito sovracomunale interessato”;
3. in tale sede si opererà per raggiungere *“un accordo di pianificazione”* che sarà *“vincolante per le deliberazioni”* che potranno essere assunte dalle Conferenze dei Servizi (ex art. 11 della L.R. 14/99) per il rilascio delle singole autorizzazioni commerciali;
4. l’accordo di pianificazione definisce un dimensionamento massimo dei nuovi insediamenti commerciali autorizzabili, in relazione alle prescrizioni e condizioni per l’attuazione delle aree positivamente verificate dalla Conferenza dei Servizi;
5. la fase di prima applicazione governata da tale accordo avrà *“durata triennale e comunque fino all’approvazione dei nuovi PTCP”*;
6. in questo periodo, il rilascio di autorizzazioni commerciali per grandi strutture di vendita, all’interno delle zone urbanistiche riconosciute idonee per tali strutture, potrà avvenire, in relazione all’ordine cronologico di presentazione delle domande, fino al momento in cui una nuova autorizzazione comporterebbe il superamento del valore massimo nell’accordo.

La procedura indicata fa riferimento alle forme di cooperazione e concertazione nella pianificazione del territorio introdotte e definite nella nuova L.R. 20/2000 “Disciplina generale sulla tutela e l’uso del territorio” e, in specifico, nell’art. 14 “Conferenze e accordi di pianificazione”.

Nel caso dell'area bolognese si prospettano quindi due Conferenze di pianificazione: una per l'ambito intercomunale bolognese e una per l'ambito imolese, secondo la ripartizione in ambiti deliberata dalla Conferenza Provinciale dei Servizi il 22/03/2000.

Al fine di un esame contestuale e congiunto delle proposte comunali e, soprattutto, al fine di evitare la necessità di riaprire ulteriori Conferenze di pianificazione a breve distanza di tempo, è essenziale che tutti i Comuni che ritengono di programmare interventi relativi a grandi strutture nel prossimo triennio facciano pervenire alla Provincia le loro proposte di programma, entro un termine stabilito. Poiché è noto che vi sono già allo stato attuale domande di autorizzazione giacenti, che attendono di essere esaminate al fine di un avvio degli interventi, si ritiene doveroso proporre un termine contenuto. Si propone che i Comuni interessati facciano pervenire la delibera con la proposta di programma entro il 30/06/2000.

6.2 Elementi di base della programmazione temporale in sede di prima applicazione

Le proposte dei Comuni e l'accordo di pianificazione da raggiungere dovranno tenere conto, da un lato, della consistenza attuale della rete e, dall'altro, di condizioni di effettiva fattibilità degli interventi nel triennio.

Per quanto riguarda la consistenza attuale delle grandi strutture di vendita, sulla base degli elementi dell'Osservatorio Regionale al 31/12/1998, opportunamente integrati con i dati relativi ad alcune grandi strutture di recente apertura, nonché ad alcuni centri commerciali da considerarsi grandi strutture secondo le definizioni ora vigenti, la consistenza attuale risulta la seguente:

1. nell'ambito bolognese sono presenti attualmente:
 - n. 16 grandi strutture di vendita di prodotti alimentari o misti o centri commerciali per una SV di 80.984 mq. (nel 1991 una sola con 6000 mq. di SV);
 - n. 18 grandi strutture del settore non alimentare per una SV di 76.455 mq (nel 1991 erano 11 con 35231 mq.);
2. nell'ambito imolese sono presenti attualmente:

- per il settore alimentare n.1 grande struttura con una SV di 7.754 mq. (nel 1991 nessuna);
- per il settore non alimentare n. 4 grandi strutture per una SV di 17.081 mq (nel 1991 erano 3 con 7.979 mq.);

Per quanto riguarda le condizioni di fattibilità degli interventi e i criteri di priorità si formulano i seguenti criteri:

1. ai sensi dell'art. 19 della L.R. 14/99 vanno inserite nel programma ed esaminate prioritariamente, semprechè riguardino aree giudicate idonee dal punto di vista urbanistico ed infrastrutturale in sede di Conferenza Provinciale dei Servizi, le previsioni di grandi strutture per le quali sia stata presentata domanda entro il 24/4/1998;
2. vanno escluse dal programma quelle previsioni urbanistiche la cui attuazione, ai sensi delle determinazioni della Conferenza provinciale dei Servizi, sia subordinata alla contestuale realizzazione di opere infrastrutturali non finanziate, o comunque non realisticamente completabili nel triennio 2000-2002;
3. fra le restanti proposte, non escluse ai sensi del punto precedente, vanno inserite nel programma preferibilmente e prioritariamente:
 - a) quelle ricadenti in aree nelle quali la grande struttura sia già prevista nell'ambito di un Piano Urbanistico Attuativo vigente o in corso di approvazione;
 - b) quelle per le quali l'operatore commerciale proponente abbia già comunicato al Comune i termini di massima del progetto imprenditoriale.

6.3 Eventuale programmazione temporale delle strutture medio-grandi

Si sottolinea che la procedura suddetta avrà per oggetto la programmazione del rilascio di autorizzazioni esclusivamente per le grandi strutture di vendita e non le medio-grandi strutture, ancorché in sede di Conferenza dei Servizi (ex art. 7 L.R. 14/99) siano state in taluni casi considerate di rilievo sovracomunale.

Questo non significa che per le strutture medio-grandi non possano essere previste forme di programmazione e, quindi, di graduazione e limitazione temporale del rilascio di autorizzazioni. Ma tenendo presente che il rilascio delle autorizzazioni per medie strutture, nelle aree che in sede di Conferenza sono state ritenute idonee, è di esclusiva competenza del Comune, anche la programmazione e graduazione temporale di tale rilascio è di esclusiva

competenza comunale. Ciascun Comune, nei casi in cui lo ritenga necessario, può stabilire limiti alla variazione della consistenza delle medie strutture in un determinato arco temporale (ad esempio, in termini di numero massimo di autorizzazioni rilasciabili oppure di superficie di vendita massima autorizzabile). La sede ove stabilire tale programmazione potrà essere, in prima applicazione, la stessa delibera sui "Criteri di rilascio delle autorizzazioni per medie strutture di vendita" che il Consiglio Comunale assume ai sensi dell'art. 8 del D.Lgs. 114/98; a regime, la sede indicata sarà il POC, Piano Operativo Comunale, in attuazione del Piano Strutturale Comunale.

Parte Seconda

Primi elementi di valutazione

1. La riforma del commercio⁴

Non prendere il gatto per la coda

Il terreno di confronto dentro cui la riforma del commercio in Italia sta cercando di muovere i propri difficili passi è spesso descritto come scontro epocale fra piccola e grande distribuzione e come «colossi stranieri alle porte», problemi rispetto ai quali l'intervento pubblico dovrebbe assumersi un compito regolatore in funzione dell'interesse generale: in particolare, occupandosi di protezione del consumatore, di tutela della qualità dei tessuti urbani e di salvaguardia della pluralità delle forme di impresa. Questa descrizione del contesto rischia di essere limitata e figlia di un modo di vedere le cose localistico e settoriale e, perciò, piuttosto angusto. Dietro a queste questioni, certamente cruciali per il cittadino consumatore, stanno problematiche ancor più generali che incidono fortemente sui tessuti imprenditoriali e quindi, a cascata, sulle prospettive del sistema distributivo: non si possono certo mettere in secondo piano aspetti quali la globalizzazione del commercio e le regole di tale planetarizzazione degli scambi, il confronto-scontro fra produttori e distributori e le innumerevoli invasioni di campo dall'una e dall'altra parte, il ruolo del sistema finanziario, ormai pervasivo in tutti i gangli dell'economia e oltremodo interessato ad affondare gli artigli sui settori forieri di liquidità e «movimentazione» come il commercio e, da ultimo in ordine di tempo, ma non certo di importanza, la nascente virtualizzazione del sistema distributivo, ovvero il passaggio incipiente del centro del sistema degli scambi non già dalla piccola vetrina alla grande superficie, ma da questi due modi novecenteschi di catturare l'attenzione del consumatore allo schermo del computer domestico e ai canali interattivi della rete.

Per quanto innovatrice e assai più in sintonia con la legislazione degli altri paesi europei dello squinternato quadro normativo precedente, la riforma Bersani ha ovviamente affrontato solo alcuni di questi problemi, né si può pretendere che possa, da sola, modificare le prospettive di un settore incardinato strettamente dentro i generali processi economici. Diventa perciò necessario discutere anche su scenari più ampi per evitare di applicare la riforma con obiettivi aleatori e fuorvianti. Acchiappare il gatto per la coda è la tentazione da evitare, se non si vuole, fuor di metafora, tentare di fermare o rovesciare processi con provvedimenti locali che hanno ben altra forza e fondamento.

Osservando il generale quadro evolutivo, si può oggi cominciare a datare al passato una visione del commercio al dettaglio che metta al centro lo scontro fra piccola e grande dimensione delle superfici distributive; se si analizzano le leve competitive che più stanno innovando il rapporto distribuzione – consumo non si può che constatare il crescente ruolo dei sistemi informativi e dei meccanismi di interattività domestica fra fruitore e fornitore. Del resto, tutte le tecnologie che hanno consentito il diffondersi dei servizi pubblici collettivi nelle città dell'Ottocento e della prima parte del Novecento, sono state, soprattutto negli ultimi

⁴ Di Paolo Trevisani. Il testo di questo capitolo è stato pubblicato nel n. 17 di *Metronomie*.

cinquant'anni, privatizzate e personalizzate, cioè messe a disposizione della singola famiglia, portate dentro alle case dei cittadini del mondo più sviluppato, rese accessibili alle singole persone. Prima illuminazione, igiene, trasporto, comunicazione e poi, suoni, voci, immagini filmate, spettacoli e quant'altro poteva essere fruito nella dimensione e negli spazi del collettivo, entrano progressivamente nello spazio domestico e nella dimensione del personal: non è quest'ultima, in fin dei conti, l'essenza stessa della «nuova economia»? Perché, dunque, mentre tecnologie, macchinari e servizi entrano nelle case, il commercio dovrebbe subire una legge inversa, che tenderebbe a spostare l'utente verso lo spazio collettivo, sempre più grande, sempre più distante dalle abitazioni e, perciò, sempre più collettivizzante? E infatti, a ben vedere, sul lungo periodo, non è così che vanno le cose. Il commercio è solo un po' in ritardo, almeno in Italia, rispetto agli altri settori di servizio che hanno attraversato prima processi di costruzione di funzioni collettive sempre più centralizzate e poi una diffusione a cascata verso la sfera del domestico e della personalizzazione, fase, quest'ultima, a cui dovrebbe anche, almeno in teoria, corrispondere una fuoriuscita da situazioni di monopolio o oligopolio nelle forniture e nelle reti di servizio.

Nelle nuove tendenze dei sistemi distributivi, per definizione centrati sulla logistica, è possibile focalizzare come principale fattore di successo non più solo gli strumenti della mera logistica fisica (localizzazioni e dimensioni delle aree commerciali, magazzini, trasporti), quanto la capacità di introdurre e gestire sofisticati sistemi di interconnessione fra le aspettative e le informazioni che arrivano dal mondo dei consumatori finali e quelle che ne relazionano la virtuale domanda al mondo della produzione, nella sua attuale e crescente complessità e mille volte sfaccettata articolazione.

La nuova logistica è innanzitutto gestione di sistemi informativi, di comunicazione, di sistemi di fidelizzazione, di virtualità: prima di spostare qualcosa voglio sapere con buon grado di approssimazione dove andrà a finire, chi, in definitiva, ne effettuerà l'acquisto, quando, con quali costi e come il cliente si aspetta che quel qualcosa arrivi a casa sua. In questo modo diventa possibile ottimizzare produzione e distribuzione insieme. Non è certo un ipotetico e semplicistico processo di accorciamento dei canali e di semplificazione delle modalità distributive «dal produttore al consumatore» quello che si configura nelle reti virtuali, quanto piuttosto, l'ineludibile risposta all'attuale complicazione straordinaria dei percorsi distributivi e del mestiere stesso del «commerciare». La complicazione dei possibili intrecci produzione - consumo deriva dalla moltiplicazione merceologica e tipologica delle opportunità di acquisto oggi offerte dalla globalizzazione dei mercati e dalle non più semplificabili richieste di un consumatore ormai libero dalla standardizzazione dei comportamenti di acquisto.

La sfera del virtuale, dei sistemi interattivi complessi di informazione, diventa l'unico efficace terreno di incontro e sintesi delle infinite combinazioni tendenzialmente possibili fra produzione e consumo finale. Questi nuovi equilibri spingono progressivamente verso la sfera del virtuale tutti i prodotti: prima l'ordinativo, poi la produzione (persino l'insalata viene

raccolta quando il banco del fresco, piccolo o grande che sia, lo richiede). Quello che si viene definendo è un modo di approvvigionare che subordina la produzione alle informazioni dei canali distributivi e che punta ad accorciare i tempi del rifornimento a prescindere dal numero dei passaggi dell'intermediazione necessari. L'ascolto preventivo delle informazioni della rete di vendita non serve solo a ridurre le possibili mancate vendite e i resti della produzione ma, attraverso una capillare conoscenza dei meccanismi di acquisto, consente di anticipare e assecondare il più possibile le aspettative del cliente finale. E' il consumatore, in questa filiera, a decidere i modi e i tempi della produzione, mentre al commercio spetta il difficile compito di essere un efficiente tramite di questo processo conoscitivo, arrivando ad esporre in vetrina o sugli scaffali, in un futuro non molto lontano, non già, come nel Novecento, una massa di merci di uguale fattura, ma forse solo una miriade di potenzialità, una sorta di galleria di prototipi di prodotto che si potranno prenotare con tanto di garanzia e che arriveranno a casa del cliente nel momento stesso in cui ne avrà bisogno. Ciò eccezion fatta, forse, per gli acquisti ad impulso, i servizi alla persona, l'intrattenimento e i servizi alla clientela post-produzione. Ed è, guarda caso, in direzione di queste ultime tipologie di attività e servizi che si stanno orientando i commercianti, a cominciare dai centri commerciali, per contare di più nella filiera che va dalla produzione al consumo finale, preparandosi così a mantenere ben saldo il rapporto quotidiano con la clientela e ad evitare la prospettiva di essere saltati dagli acquisti on-line. Non è certo sulla massificazione dei prodotti e sulla standardizzazione dei servizi che le grandi superfici possono puntare per acquisire maggiori quote di mercato, quanto sulla flessibilità, sul divertimento e il tempo libero delle famiglie, sul rapporto di fidelizzazione e il contatto diretto con la clientela; tutte armi, però, non necessariamente tipiche della grande struttura di vendita.

La crescita a dismisura della grande dimensione fisica dei complessi di vendita non sembra dunque, in prospettiva, il fattore decisivo di successo nel commercio, quanto, piuttosto, la coda di una fase di massificazione che ha attraversato prima la produzione e poi il commercio per essere nei prossimi decenni progressivamente superata da una imminente fase di dominio della flessibilità che riporterà vicino al consumatore, dentro alle case, il momento decisionale, trasformando in luoghi di acquisto prioritari il computer domestico e lo schermo della TV interattiva.

Nascono piccoli ma possono crescere in fretta

Ammesso che la grande dimensione fisica non sia strategica per il successo, ci si potrebbe allora chiedere se sia la grande dimensione economica e finanziaria dell'impresa a costituire elemento imprescindibile per il successo nel nuovo commercio, fatto di sistemi informativi e di comunicazione diretta con il cliente finale. In realtà, persino la grande dimensione imprenditoriale e finanziaria, terreno di scalate, concentrazioni, fusioni, rotture repentine e

altrettanto improvvise ricuciture fra «colossi», non riesce a circoscrivere le tendenze e i destini del tessuto imprenditoriale; se pensiamo al fatto che Bill Gates trent'anni fa, non esisteva nello scenario economico, ci accorgiamo di come tutto sia rapidamente mutevole e di come anche segnali oggi apparentemente deboli possano diventare, domani, l'epicentro del modo di vivere, quindi di commerciare e produrre, determinando ascese repentine nel mondo di meteore imprenditive della nuova economia. Piuttosto, le attuali vicissitudini di tanti colossi, e si potrebbe stare ancora all'esempio di Bill Gates, ci ricordano come siano oggi fondamentali le regole e, in specifico, quelle antitrust, nello scenario economico.

Idee innovative, flessibilità nell'organizzazione, rapidità nell'attuazione dei progetti e regole favorevoli (o perlomeno non ostative) sono altrettanti fattori di successo di un'economia sempre più basata, anche nel commercio, sulla comunicazione e sul contatto diretto con il consumatore finale. La possibilità di crescere rapidamente e di assurgere a dimensioni imprenditoriali di straordinaria importanza in pochi lustri sono già caratteristiche degli ultimi decenni del vecchio millennio nell'industria dei prodotti più innovativi, dove colossi sono stati scalzati da pigmei dell'ultima ora; questa sequenza potrebbe ripetersi e diventare routine anche nel commercio telematico, con effetti sugli attuali assetti del commercio tutti da valutare.

Lo spiazzamento di canali distributivi che oggi tutti ritengono inattaccabili potrebbe essere repentino, così come il recupero di potenzialità, attraverso le nuove tecnologie, di dimensioni di impresa e di tipologie di locali di vendita, oggi forse troppo presto ritenute obsolete.

In fin dei conti, non c'è modo di commerciare più vicino al consumatore delle reti diffuse a distanza pedonale; se a monte c'è una comunicazione diretta alle famiglie e se una logistica efficiente consente di distribuire just in time e con costi moderati, non si vede perché queste reti debbano soccombere; basti pensare a quanti nuovi prodotti multimediali si appoggino sulla vecchia rete delle edicole o puntino sulla diffusione di reti di negozi e centri specializzati (in vendita, noleggio) alla scala del vicinato.

Ci sono già, oggi, specie nei prodotti e nei servizi connessi al diffondersi delle nuove tecnologie, numerose esperienze di crescita orizzontale, attraverso la diffusione di piccoli o medi centri di servizio o di vendita, piuttosto che di crescita verticale (concentrazione del servizio in grandi complessi distributivi). Certamente queste catene o «catenelle» di piccoli esercizi sono oggi in possesso di una grande efficienza logistica e di un avanzato sistema informativo e di contatto con la clientela; ma sono caratteristiche, queste ultime, che, nell'epoca del personal computer e di internet, non necessariamente sono alla portata solo di macrosistemi imprenditoriali. Con prodotti o servizi innovativi e con questi sistemi di approccio al cliente, anche i «piccoli» possono crescere e, rapidamente, diventare grandi.

Se si utilizza questa chiave di lettura e se si affrontano questi scenari globali, anche l'evoluzione locale degli ultimi anni appare meno scontata. Alla luce di ipotesi siffatte, il trionfo della grande superficie di vendita appare come fenomeno di breve e medio periodo,

piuttosto che come unico orizzonte del commercio locale. Bologna è del resto una delle città italiane in cui internet, promosso dalla rete civica, ha attecchito con maggior vigore. L'elevato livello medio di istruzione, nonché di accesso alle nuove tecnologie degli abitanti e il parallelo invecchiamento della popolazione, sono dati dai quali non si possono che far discendere prospettive per il commercio favorevoli ai canali e ai luoghi per le scelte di acquisto meno dipendenti da lunghi trasferimenti per l'utente, ovvero, più alla portata dell'utenza e «addomesticabili», come lo specialista di vicinato, specie se abbinato alla sfera della virtualità e dell'informazione a domicilio.

Il territorio bolognese: dispersione abitativa, vecchie e nuove polarità del servizio

La rete commerciale al dettaglio in sede fissa della provincia di Bologna, a fine 1998, risulta composta in totale da circa 13.000 esercizi, di cui 3.500 alimentari. Due sono le principali tipologie di aggregazione del servizio: quelle tradizionali nei centri delle città e dei paesi maggiori a cui si sono affiancate, negli ultimi dieci anni, in ritardo rispetto alla media europea, quelle strutturate attorno alle grandi superfici di vendita e ai centri commerciali nelle periferie urbane.

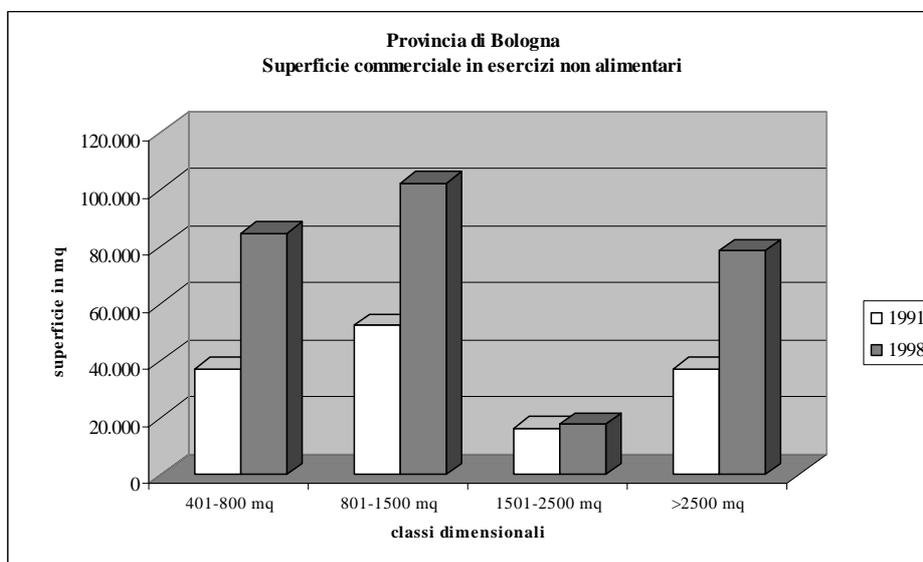
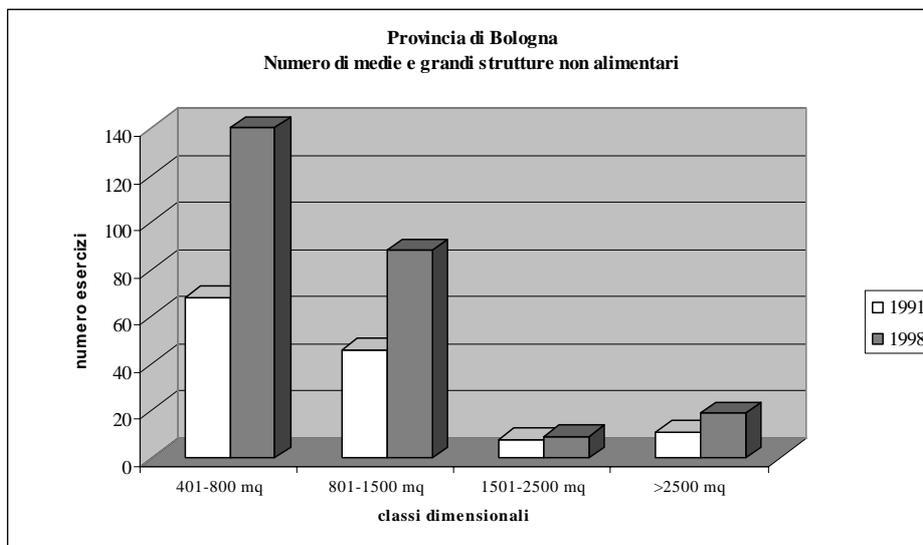
Il comune di Bologna, con quasi 6.200 esercizi e quello di Imola, con quasi mille attività al dettaglio, strutturano ancora le aree dove la presenza di punti di vendita è più consistente. Importante è anche la rete di Casalecchio di Reno, con quasi 450 esercizi, di San Giovanni in Persiceto, con quasi 350 attività e di San Lazzaro di Savena, con oltre 300 punti di servizio commerciale, mentre subito sotto quest'ultima soglia si colloca il numero dei negozi di Castel San Pietro Terme. Come si può notare, nei primi sei comuni, per importanza commerciale, si concentrano oltre 8.500 attività, pari al 65,6%, vale a dire quasi i due terzi del totale della rete provinciale. Gli stessi comuni, a fine 1998, contano 550.565 abitanti, pari al 60,3% del totale provinciale. Resta dunque significativo il grado di polarizzazione della rete nelle città e nelle località tradizionalmente attrezzate per fornire ad ampie zone della provincia i loro servizi commerciali. Il persistere di un certo grado di polarizzazione ha, tuttavia, subito non poche perdite nell'ultimo decennio a causa del ridursi del numero degli esercizi, fenomeno che ha investito soprattutto le città. C'è però da notare che la selezione nel numero degli esercizi non ha rovesciato il ruolo dei centri storici: il peso commerciale, se non intatto numericamente, resta certamente di elevato livello, specie laddove si sono insediate le nuove attività legate ai consumi emergenti (informatica e telematica, telefonia, consumi «di appartenenza», cioè di strati o ceti con bisogni di autoidentificazione, consumi culturali e turistici, mode urbane, ecc.).

Un'attuazione della riforma Bersani che preveda una politica, seppure temporanea, di blocco dei nuovi ingressi è perciò molto dannosa proprio per chi, come il piccolo commercio, spesso la richiede, perché toglie ai centri storici la chiave strategica di

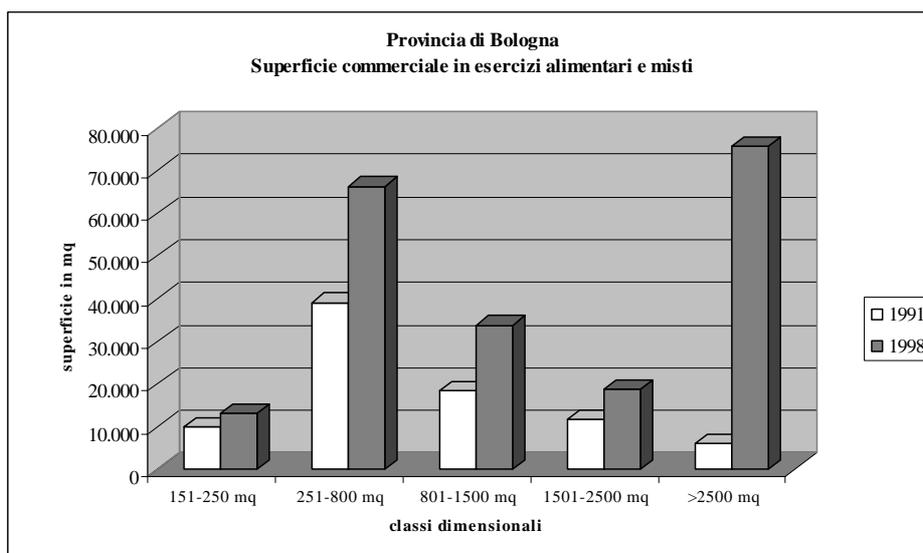
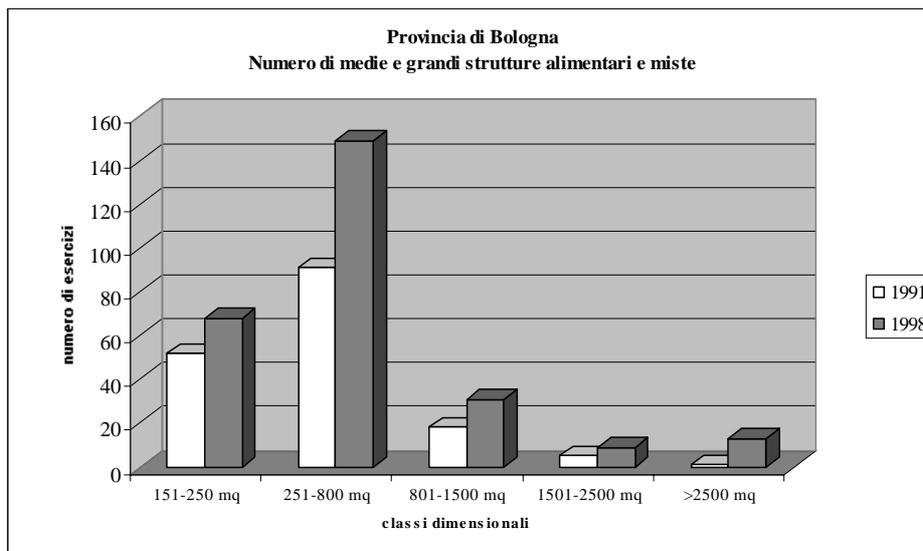
competizione, ovvero la flessibilità di adattamento alle mode in continua trasformazione e ai nuovi consumi urbani. D'altra parte, la novità principale della riforma era proprio quella di consentire ai comuni di liberalizzare il piccolo commercio; ma non tutti la pensano così, con il rischio di far scappare fuori dai centri anche le nuove attività che preferirebbero insediarsi.

Stando ai dati, si evidenzia dal 1991 al 1998, nella provincia di Bologna, una netta contrazione del numero dei punti di vendita in totale (- 2.036 esercizi, pari a -14,3%), da attribuire in prevalenza al comparto degli alimentari (-1.023 negozi, pari a -24%), che all'inizio del periodo considerato contava su un peso percentuale del 29,5% sfiorando le 4.300 unità di vendita ed ha quindi perso peso, rispetto alla rete complessiva, per oltre tre punti percentuali. Ma la novità più allarmante degli ultimi anni è il verificarsi di una netta caduta numerica anche nel comparto delle attività non alimentari, calo in valore assoluto quasi uguale a quello degli alimentari (-1.013 esercizi), seppure percentualmente meno incisivo (-9,9%). Rispetto ad andamenti ancora espansivi fino ai primi anni '90, anche il comparto non alimentare ha cominciato a perdere esercizi in modo notevole negli ultimi tre anni, pur rimanendo sopra le 9.000 unità e pur guadagnando peso rispetto agli esercizi alimentari.

Il comune più decimato dal contrarsi della rete al dettaglio è quello di Bologna, che perde oltre 1.400 punti di vendita, di cui 600 alimentari e oltre 800 non alimentari, fatto quest'ultimo del tutto nuovo, se si pensa che l'incremento numerico del comparto non alimentare era durato per tutti gli anni '80 e fino quasi alla metà degli anni '90. Altro comune toccato in modo consistente dalla riduzione del numero degli esercizi è quello di Imola (-200 attività). Proprio nelle città e nei paesi maggiori c'è, dunque, bisogno di linfa nuova, di nuovi piccoli esercizi specializzati e innovativi che, magari valorizzando anche i prodotti tipici e le attività specialistiche del territorio, rimpiazzino quelli tradizionali despecializzati ormai in via di smantellamento, ovvero quegli esercizi dove si trovava di tutto un po' e nei quali erano possibili livelli minimi di rotazione dei prodotti, caratteristiche, queste ultime, non più in grado di consentire una valida competizione con le moderne forme distributive.



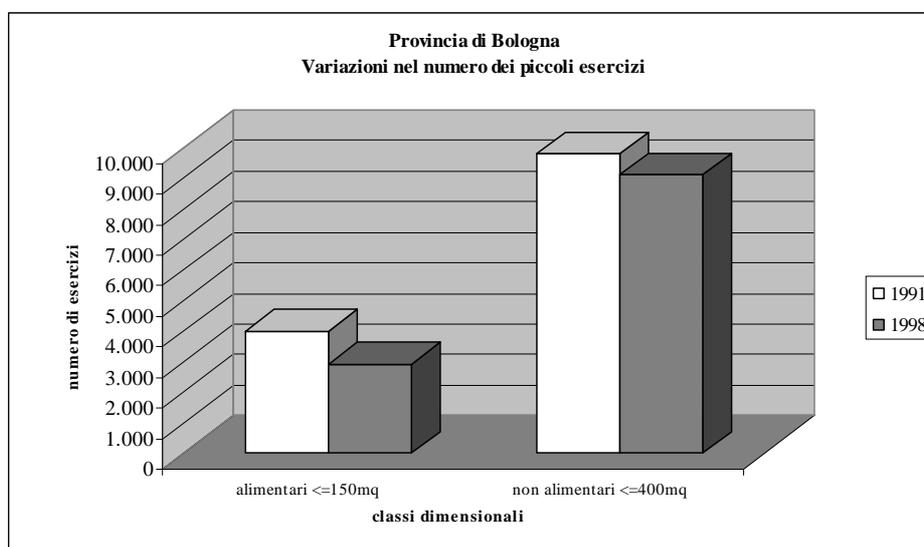
In parallelo, con la redistribuzione nel territorio provinciale della popolazione, nel bolognese la rete commerciale subisce dunque un rimarchevole assottigliamento della propria diffusione e consistenza numerica. Non tutte le tipologie di esercizi sono coinvolte in questo processo: mentre si riduce il numero dei piccoli esercizi diffusi nel territorio, cresce la presenza di alcune tipologie di medie e grandi strutture e si formano nuovi poli di aggregazione del servizio in competizione con quelli storici.



Nello scegliere le soluzioni localizzative, si assiste spesso a comportamenti differenziati fra le medie e le grandi strutture.

Le medie strutture si collocano in aree di commercio consolidate, ovvero, quando trovano una carenza di regolamentazione urbanistica, per risparmiare sui costi di insediamento, si incuneano nelle aree industriali, contesti non sempre idonei quanto ad accessibilità e parcheggi. Il proliferare di queste strutture, dentro e fuori dai contesti tradizionali, crea una nuova offerta di servizio basata sulla media dimensione e sul contenimento dei costi. Le medie strutture alimentari fino a 1.500 mq. di superficie risultano alla fine del 1998 ben 245, contando anche quelle comprese nella classe degli esercizi compresi fra i 150 e i 250 mq. di superficie che sono 62. Negli anni '90 si registra un incremento, in particolare, degli esercizi compresi fra i 250 e gli 800 mq., che passano da 86 a 138: il fatto che nel corso degli anni '90 si formino 52 esercizi in più è da collegare alla rapida diffusione dei discount, specie nel periodo di stagnazione dei redditi e limitazione dei consumi verificatosi fra il '92 e il '95.

Gli esercizi alimentari e misti, compresi fra gli 800 e i 1.500 mq. di superficie, passano da 21 a 29 fra il '91 e il '98; si tratta in questo caso, di medi supermercati alimentari con importanti funzioni di presidio zonale sviluppatasi nei quartieri urbani di Bologna e nei comuni maggiori per assicurare un recapito alla domanda di spesa frequente prevalentemente alimentare.



Nello stesso periodo si registra anche un incremento significativo della presenza di esercizi non alimentari di dimensioni comprese fra gli 800 e i 1.500 mq. di superficie: questi esercizi passano nel periodo considerato da 46 unità a 85 strutture; il fatto che si registri quasi un raddoppio di consistenza numerica in pochi anni è la riprova dell'importanza che anche nel comparto extralimentare stanno assumendo i cosiddetti «specialisti», ovvero i magazzini di settore di medie dimensioni. Questa tipologia spesso si va a collocare in aree artigianali per evitare gli elevati standard di parcheggio richiesti nelle aree programmate, con destinazione specifica.

Ciò che crea una vera e propria nuova polarizzazione lungo le nuove direttrici di sviluppo insediativo è, però, il fenomeno delle grandi strutture e dei centri commerciali. Nel periodo '91-'98, la classe di esercizi che in provincia di Bologna risulta in fase di più grande crescita numerica è quella delle grandi strutture miste, tipo ipermercati, che passano nel territorio provinciale da 2 a 8. Il quadruplicamento della presenza di grandi strutture coincide con l'introduzione nella rete dei complessi di più ampia dimensione. Ecco perché cambia la composizione delle superfici nel commercio del territorio bolognese sulla scia degli analoghi fenomeni che hanno interessato un po' tutto il mondo negli ultimi decenni del passato secolo.

Nel periodo compreso fra fine '91 e fine '98 si registra, in provincia di Bologna, un incremento di 85.684 mq. di superficie nei medi e grandi esercizi alimentari e misti. In percentuale, la crescita delle grandi strutture integrate superiori ai 2.500 mq., risulta ancora più accentuata di quella, già rimarchevole, registratasi in tutta la regione. Il passaggio dagli 8.600 mq. del '91 ai 54.803 mq. del '98 rappresenta, infatti, un incremento di ben 36.911 mq., ovvero un balzo percentuale di quattro volte (+429%). Questa tipologia, trainata dagli ipermercati, è passata in un decennio, nella provincia di Bologna, da valori minimi ad una quota di presenza di notevole spessore (5% del totale superficie globale). Gli ipermercati sono diventati, nel corso degli ultimi dieci anni, la tipologia di commercio emergente, quella che più ha contribuito a cambiare le abitudini di acquisto della popolazione e a dare risposte alle nuove famiglie che sono andate ad abitare in periferia e in provincia.

Il passaggio dalle piccole alle grandi strutture non è mai stato, come nell'ultimo decennio, così radicale. La sola quota delle strutture miste superiori ai 2500 mq. è ormai il 20% del totale comparto alimentare (comprendendo, tuttavia, anche i reparti non alimentari dei supermercati e degli ipermercati). Nell'insieme, tutte le strutture, alimentari e non, superiori a 2.500 mq. di vendita, rappresentano ormai quasi il 12% del totale rete provinciale.

Gli ipermercati, spesso associati a medie e grandi strutture non alimentari, diventano una componente essenziale della rete di vendita provinciale sia per le loro dimensioni, sia per l'inserimento in grandi centri commerciali che potenziano la loro capacità attrattiva. A determinare inusitate capacità di attrarre consumatori da ampi bacini di popolazione verso i centri commerciali di ultima generazione contribuiscono anche i grandi specialisti non alimentari, le gallerie di negozi specializzati e, soprattutto, la presenza di servizi artigianali,

pubblici esercizi e attività di svago, realtà, queste ultime, ormai fondamentali per il successo dei grandi centri di vendita.

Il polo ampio bolognese, comprendendo anche i comuni di Casalecchio di Reno e Castenaso e il polo imolese diventano, in relazione a questi nuovi complessi commerciali, aree di attrazione per tutta la provincia. I «magneti» commerciali non sono però solo gli stessi dei decenni precedenti: oltre ai mercati e alle tradizionali aree commerciali siti nelle piazze e nelle strade nei centri storici, nell'ultimo decennio si sviluppa l'importanza dei nuovi grandi centri commerciali nati nelle periferie urbane agli snodi della viabilità principale, anche come fattore di aggregazione per il tessuto residenziale diffuso sviluppatosi in tante parti della provincia negli ultimi decenni.

Non ci si incontra e non ci si serve più vicino a casa, nelle piazze e nelle strade storiche, ma in grandi ambienti nuovi, in strade e piazze certamente funzionali, ma dal sapore artificiale e collocate vicino alle autostrade; con un interrogativo: questa tendenza ha un futuro o è un residuo di un ciclo espansivo che in futuro considereremo tipico del Novecento?

Il ridimensionamento, rispetto ai P.R.G. precedenti, della «capienza» delle aree per il commercio operato in sede di Conferenza Provinciale e la cautela delle scelte programmatiche concertate dai Comuni e dalla Provincia di Bologna in attuazione del decreto Bersani, sono testimonianza dei dubbi presenti nei decisori pubblici circa l'effettiva necessità di ipotecare enormi aree per il commercio in grandi superfici. Questi dubbi lasciano intuire che si stia affacciando, oltre all'incertezza, anche una qualche preoccupazione circa le ventilata inarrestabile ascesa della domanda di grandi strutture commerciali. Uno sviluppo ulteriore di tipo esponenziale dell'offerta di grandi contenitori commerciali potrebbe entrare in rotta di collisione con nuovi comportamenti di consumo che privilegino di nuovo i punti di incontro urbani (si veda la grande impennata di turismo culturale in corso in tutta Europa) e che utilizzino le «vetrine» virtuali e i canali dell'approvvigionamento diretto domestico assai più di oggi.

Le preoccupazioni circa gli eccessi di dimensionamento per il grande commercio sono, perciò, da considerare tutt'altro che irrazionali o frutto della difesa ad oltranza del «piccolo». Cosa ce ne faremmo domani, se alcuni di questi contenitori, magari perché mal localizzati o poco accessibili, perché distanti fisicamente ed economicamente da un fabbisogno effettivo di servizio, diventassero commercialmente obsoleti? Una programmazione stringente e attenta alla qualità del territorio è perciò la benvenuta se servirà ad evitare questa ennesima versione di cattedrale nel deserto, fenomeno di cui il Novecento non ha certo lesinato il lascito. Evitare il non appropriato utilizzo di grandi porzioni di territorio appare un obiettivo più che mai lodevole, anche perché, in questo caso, come in quello di tanti contenitori per usi industriali, civili e persino turistici, si tratta generalmente di manufatti purtroppo privi dei valori culturali ed estetici delle cattedrali vere.

2. Il commercio, l'urbanistica e la sana fatica di concertare⁵

La vicenda

Per chi non ha vissuto da vicino questa vicenda, conviene richiamarne in modo sintetico le tappe significative, a partire necessariamente dagli atti legislativi che ne costituiscono l'antefatto.

Nel marzo del 1998 il Governo vara il Decreto legislativo n 114, comunemente chiamato «decreto Bersani», che riforma il settore del commercio.

Richiamando qui solo gli aspetti tecnico-istituzionali utili a queste riflessioni e demandando ad altri commenti le valenze economiche, il Decreto abroga l'intera precedente regolamentazione del settore, basata su Piani Settoriali comunali, su barriere all'entrata e contingentamenti delle autorizzazioni e sulle differenti «tabelle merceologiche».

Esso articola gli esercizi di vendita al dettaglio in tre fondamentali fasce dimensionali:

- a) gli esercizi di vicinato (ossia quelli fino a 150 mq. o 250 mq. di superficie di vendita a seconda che ricadano in comuni con popolazione inferiore o superiore a 10.000 abitanti) che vengono sostanzialmente liberalizzati, abolendo l'obbligo di un'autorizzazione per l'apertura;
- b) le medie strutture di vendita (ossia gli esercizi o centri commerciali fra 150 e 1500 mq. ovvero fra 250 e 2500 mq. di superficie di vendita a seconda della dimensione demografica del comune) per i quali l'autorizzazione è rilasciata dal Comune;
- c) le grandi strutture di vendita (ossia gli esercizi o i centri commerciali di dimensione superiore, per i quali l'autorizzazione sarà rilasciata da un organo collegiale (Conferenza di Servizi) composto da un rappresentante ciascuno del Comune, della Provincia e della Regione, con voto determinante di quest'ultimo.

La regolamentazione delle medie e grandi strutture di vendita viene affidata alla Regione per gli aspetti di programmazione generale e ai Comuni per gli aspetti di regolamentazione urbanistica, attraverso il PRG e di programmazione temporale del rilascio di nuove autorizzazioni. Il decreto Bersani dà un anno di tempo alle Regioni per emanare i propri provvedimenti applicativi e, successivamente a tali provvedimenti, dà sei mesi di tempo ai Comuni per adeguare al nuovo quadro normativo il PRG, a cui è attribuito il ruolo chiave di disciplina dettagliata degli usi commerciali, anche a sostituzione dell'abrogato Piano del Commercio.

Questi termini temporali devono sostanzialmente essere rispettati, poiché, dalla data del decreto Bersani fino all'adeguamento dei PRG comunali, si ha un sostanziale blocco transitorio delle autorizzazioni e, quindi, la sospensione di ogni investimento per l'ammodernamento o potenziamento della rete distributiva.

⁵ Di Rudi Fallaci. Il testo di questo capitolo è stato pubblicato nel n. 17 di *Metronomie*.

Oltre alla liberalizzazione della fascia degli esercizi più piccoli, lo spirito del decreto va nella direzione di una programmazione delle medie e grandi strutture non più basata sulle barriere all'entrata e sugli equilibri interni al settore, ma sul servizio offerto al consumatore, sulla concorrenza, sull'idoneità della collocazione degli insediamenti, con l'obiettivo di «rendere compatibile l'impatto territoriale ed ambientale degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento e valorizzare la funzione commerciale al fine della riqualificazione del tessuto urbano.....»: obiettivi, come si vede, largamente esterni al settore stesso e rivolti piuttosto ai suoi effetti, positivi e negativi, sul contesto.

La Regione Emilia Romagna vara la propria legge di recepimento poco più di un anno dopo (L.R. 5/7/1999 n. 14); a questa si aggiungono le delibere del Consiglio Regionale contenenti i «Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa», approvata il 23/9/1999 e i «Criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita», approvata il 28/2/2000.

Degli atti regionali giova mettere in evidenza alcuni aspetti peculiari:

- coerentemente con lo spirito del decreto Bersani e diversamente da altre Regioni che per questo si sono viste bocciare i propri provvedimenti dal Commissario di governo, l'Emilia Romagna esclude di interpretare il proprio ruolo di programmazione fissando dei tetti quantitativi allo sviluppo delle grandi strutture;
- in necessaria coerenza con un consolidato impianto legislativo regionale che attribuisce un ruolo centrale di pianificazione del territorio alle Province, anche in materia di commercio, vengono assegnati compiti essenziali alle Province, che viceversa il decreto Bersani, tenendo conto del panorama nazionale, sostanzialmente ignora;
- la programmazione delle strutture commerciali grandi e medie a cui sia riconoscibile una rilevanza sovracomunale, a regime entra a pieno titolo fra i temi da affrontare nei Piani Territoriali di Coordinamento Provinciale; in fase transitoria, ossia in fase di primo adeguamento dei PRG vigenti, viene inventata una «Conferenza dei Servizi» a livello provinciale nella quale concertare le diverse proposte comunali;
- in sostanza, tutti i Comuni sono stati chiamati a formulare le proprie proposte di adeguamento del PRG e in particolare l'individuazione delle aree ritenute idonee all'insediamento di medie e/o grandi strutture commerciali fra tutte quelle nelle quali il PRG vigente prevedeva in qualche forma una destinazione in tutto o in parte commerciale;
- in sede di Conferenza dei Servizi, promossa dalla Provincia e con la partecipazione dei Comuni e della Regione, «i partecipanti valutano congiuntamente le opportunità localizzative dei comuni e gli effetti cumulativi delle stesse. La conferenza individua gli ambiti idonei per la localizzazione di grandi strutture di vendita e di medie strutture di rilevanza sovracomunale, indicando le eventuali prescrizioni o condizioni di natura urbanistica ed ambientale per la loro attuazione».

Considerando il termine di sei mesi previsto dal Decreto Legislativo, i Comuni avrebbero dovuto elaborare, discutere e deliberare le proprie proposte in soli tre mesi, entro il 23/12/1999 e la Conferenza dei Servizi avrebbe dovuto esaminare, assemblare e valutare congiuntamente le proposte dei sessanta Comuni entro i successivi tre mesi, per approvarle tutte insieme, con le eventuali esclusioni, modifiche e prescrizioni, in una seduta conclusiva entro il 23/3/2000.

Tempi eccezionalmente stretti, se si conoscono i meccanismi di funzionamento dei Comuni e l'esigenza di ricomprensione anche le doverose fasi di consultazione e concertazione delle scelte con le Associazioni di impresa, le Organizzazioni sindacali e le Associazioni dei consumatori.

Tempi eccezionalmente stretti, se si considerano, inoltre, le garanzie necessarie di trasparenza e pubblicità degli atti in materia di urbanistica e il fatto che le determinazioni della Conferenza entrano in vigore alla conclusione della Conferenza stessa, saltando quindi i tradizionali meccanismi di pubblicazione e di raccolta ed esame delle osservazioni che accompagnano, allungandola notevolmente, ogni ordinaria operazione di modifica, anche piccola, ai Piani Regolatori.

Ebbene questi tempi sono stati quasi rispettati.

Pochissimi Comuni hanno rispettato la scadenza del 23/12/1999, ma la sforatura è stata contenuta in genere nel limite di un paio di mesi e i più ritardatari hanno deliberato entro il 20 marzo.

La Conferenza provinciale è stata aperta il 24 gennaio, ha svolto buona parte del suo lavoro entro marzo ed è stata chiusa il 29 maggio, con un ritardo limitato a due mesi.

Gli esiti sul piano del metodo

Una prima valutazione riguarda proprio i tempi: la riforma Bersani è operante in tutti i comuni della provincia di Bologna, come in buona parte delle province emiliane, a circa due anni dal varo del decreto legislativo del governo, rispetto ad una durata del periodo transitorio di un anno e mezzo prevista dal decreto stesso. Pochi, all'inizio del percorso, avrebbero scommesso su un tale risultato, che del resto non si riscontra in quasi nessun'altra regione italiana.

Il risultato è tanto più significativo se si considera che in Emilia Romagna è stata introdotto un ruolo della Provincia e un meccanismo di complessa concertazione intercomunale che non erano previsti come necessari ai sensi del provvedimento governativo. Quella che sulla carta poteva essere considerata una 'complicazione' del processo (che in altre regioni vede due soli attori istituzionali: la Regione e il Comune) non ha prodotto un appesantimento dei tempi.

La maturazione del ruolo della Provincia sui temi della pianificazione, la prassi ormai consolidata di rapporti fra gruppi di Comuni e Provincia, hanno fatto sì che la potenziale

complicazione del processo si sia trasformata in uno stimolo e in un aiuto oggettivo ai Comuni a rispettare i tempi.

Una seconda valutazione riguarda il processo sperimentato. Non è la prima volta che tutti i Comuni sono chiamati ad adeguare i propri strumenti urbanistici ad una nuova legge, ma è la prima volta che lo fanno tutti insieme in modo sincronico e concordando fra loro e con la Provincia le scelte.

Il metodo si giustifica con la consapevolezza che le scelte urbanistiche dei singoli Comuni in materia di nuove medie e grandi strutture commerciali costituiscono uno dei casi più evidenti in cui le scelte del singolo Comune determinano esternalità da governare: possono comportare, infatti, non solo effetti economici sulla rete di attività preesistenti, redistribuzioni dei consumi, possibili rischi di tenuta delle attività commerciali tradizionali nei centri urbani, ma anche effetti rilevanti sul territorio circostante e, in particolare, sullo stato di congestione e di efficienza della rete della viabilità a scala largamente sovracomunale.

Di questo i Comuni dell'area bolognese si sono mostrati perfettamente consapevoli, tanto è vero che nelle numerose riunioni informali che hanno intercalato le sedute plenarie della Conferenza, i Sindaci si sono sentiti autorizzati a richiedere chiarimenti e a formulare osservazioni e critiche sulle scelte dei Comuni confinanti.

Fino ad ora era capitato solo occasionalmente che un Comune si interessasse delle scelte urbanistiche di un Comune confinante, esprimendo critiche o preoccupazioni su singole problematiche di confine per gli eventuali riflessi negativi sul proprio territorio.

Ma questa è forse la prima volta in cui l'interessamento per le scelte altrui è stato sistematico e generalizzato.

La contestualità dei processi decisionali nei singoli Comuni, l'esposizione diretta delle proposte di ciascun comune in incontri per ambiti geografici, l'evidenza delle possibili influenze reciproche e dei potenziali effetti cumulativi resa in modo efficace dal semplice assemblaggio cartografico delle proposte comunali, tutto ciò ha prodotto valore aggiunto in termini di affinamento delle scelte: non è un caso che diversi Comuni, che nella fretta di rispettare i tempi di legge avevano prodotto proposte in qualche caso generiche o poco approfondite, dopo i primi incontri e prima ancora che la Conferenza si esprimesse, abbiano autonomamente deciso di ricalibrare le proprie proposte, generalmente nel senso di un ridimensionamento delle possibilità urbanistiche di nuovi grandi insediamenti commerciali.

Non sembra eccessivo descrivere ciò che è avvenuto come un processo di apprendimento collettivo.

Gli esiti sul piano del merito

In termini di previsioni urbanistiche, gli esiti della conferenza sono sintetizzabili in alcuni numeri che esprimono l'estensione delle aree nelle quali è ammissibile la

realizzazione di strutture commerciali, numeri che tuttavia vanno correttamente interpretati nel loro significato ad evitare letture distorte.

Sulla base del mosaico informatizzato dei PRG vigenti, implementato presso il Sistema Informativo Territoriale della Provincia, risulta che, prima dell'operazione di adeguamento dei PRG stessi, le attività commerciali erano considerate ammesse in qualche forma e misura, in modo specifico o generico, in buona parte delle aree a destinazione urbana, sia in quelle a carattere prevalentemente residenziale, sia in quelle a carattere prevalentemente produttivo.

Più esattamente erano ammesse su oltre 90 milioni di mq. dei circa 125 milioni che sono indicati nei PRG come aree edificate, o destinate ad essere edificate, per funzioni prevalentemente residenziali; ed erano ammesse inoltre su 45 milioni di mq. degli 85 milioni che sono indicati nei PRG come aree edificate, o destinate ad essere edificate, per funzioni prevalentemente produttive.

Pur considerando un'ipotesi di utilizzazione solo parziale per attività commerciali, è stato calcolato che erano potenzialmente realizzabili attività commerciali per un'entità complessiva di superficie di vendita che poteva arrivare anche a 9 milioni di mq.

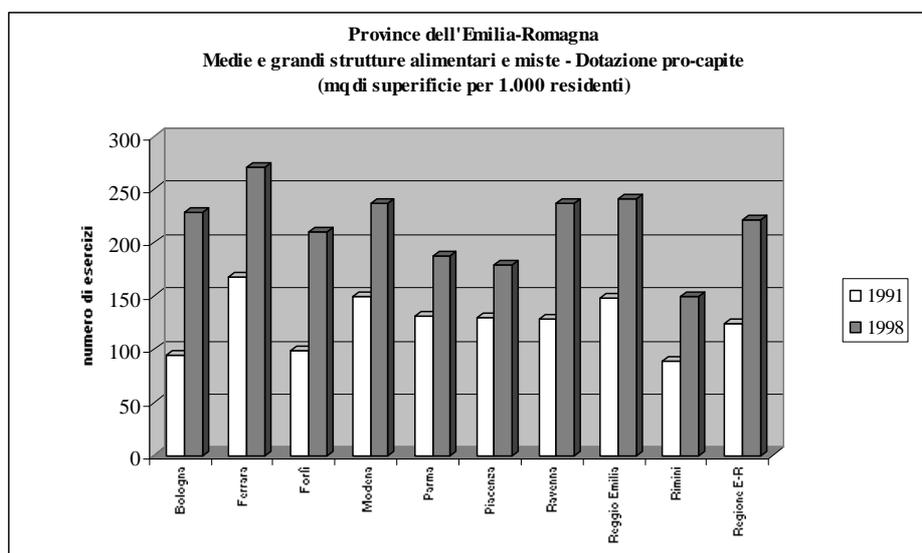
La cifra è enorme, se raffrontata con la superficie di vendita effettivamente esistente, che risulta essere, alla fine del 1998, intorno a 1.250.000 mq., ma non deve scandalizzare.

Significa semplicemente che i PRG vigenti, prodotti antecedentemente alla riforma del settore, da un lato consideravano giustamente la funzione commercio una funzione complementare perfettamente integrata ed integrabile nei tessuti urbani residenziali e plausibilmente insediabile anche in molte zone industriali e, dall'altro, non si preoccupavano minimamente (salvo l'eccezione di alcuni PRG recenti) di governare il settore, non tentavano di prefigurare quale potesse essere, in termini quantitativi e qualitativi, una ragionevole evoluzione della rete di vendita, demandando interamente questo compito allo specifico Piano settoriale del Commercio e, per quanto riguarda i grandi centri commerciali, alla programmazione regionale. Peccato che negli ultimi anni una serie di decreti governativi avessero largamente svuotato l'efficacia programmatica dei Piani del Commercio, consentendo una quantità di operazioni in deroga e riducendo questi strumenti a poco più che regolamenti burocratici. Cosicché, proprio negli ultimi anni, nella maggior parte dei Comuni il combinato disposto del PRG e del Piano del Commercio dava luogo a potenzialità vastissime sulla carta, a ridondanti pastoie normative, ma non a una reale programmazione del settore.

Il compito, affidato in prima battuta ai Comuni stessi, di individuare e proporre, fra tutte quelle aree, quelle dove ritenessero idoneo il sorgere di nuove medie o grandi strutture di vendita, ha portato ad una prima forte selezione.

E' opportuno tralasciare in questa sede, per semplicità, di occuparci delle previsioni relative alle medie strutture, poiché queste sono state oggetto di attenzione e valutazione da parte della Conferenza solo in determinati casi, laddove, in relazione alla dimensione e alla

concentrazione, possono attendersi effetti di rilevanza sovracomunale, mentre in molti altri casi sono state considerate scelte di rilievo strettamente locale e, quindi, di responsabilità del solo Comune.

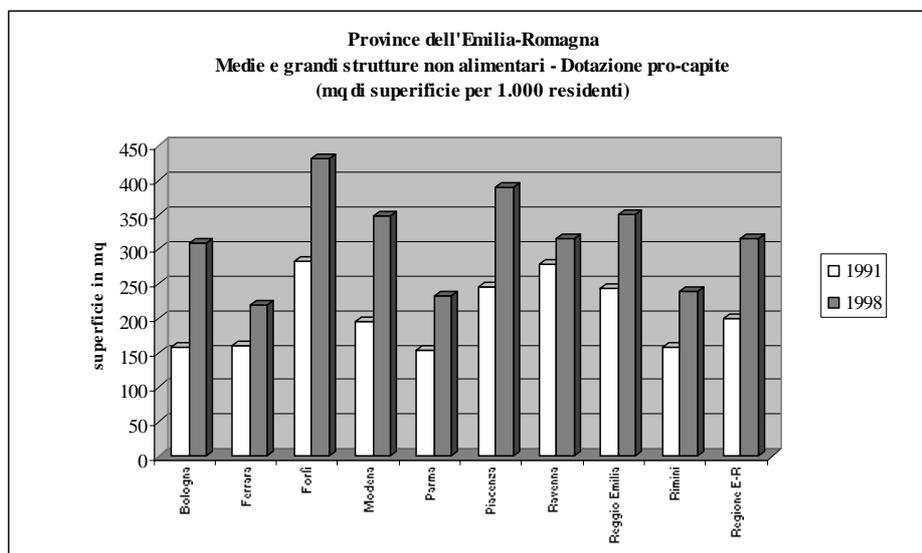


Limitandoci quindi alle grandi strutture, i Comuni nel loro insieme ne hanno proposto la possibilità di insediamento su circa il 4,4% delle previsioni potenziali di partenza, per a un dimensionamento potenziale di questo tipo di strutture commerciali pari circa 400.000 mq. di superficie di vendita. Si tratta ancora di una grossa cifra, se si considera che attualmente nella provincia sono operanti grandi strutture per circa 180.000 mq., ma si tratta anche di una prima opera di selezione veramente notevole da parte dei Comuni.

Da queste prime proposte ha preso avvio il lavoro di istruttoria, di confronto, di apprendimento reciproco, sovente di autocorrezione da parte dei Comuni stessi. L'esito finale del lavoro svolto è indicativo: sono state validate dalla Conferenza, con accordo unanime, e così confermate nella loro potenzialità urbanistica di ospitare nuove grandi strutture commerciali, aree per circa 130.000, ossia un terzo di quelle proposte dai Comuni qualche mese prima.

Un aspetto particolarmente significativo del lavoro svolto ha riguardato la correlazione di ciascuna previsione urbanistica di nuove strutture commerciali rilevanti con la capacità e lo stato di saturazione attuale della rete viaria destinata a sostenere il traffico dell'utenza, a partire dalla consapevolezza dell'influenza determinante che hanno ormai i grandi attrattori

commerciali sulla mobilità individuale e sullo stato di congestione di certe arterie o certi nodi stradali.



Diverse proposte sono state considerate inopportune o ridimensionate, proprio in relazione alla loro collocazione non funzionale rispetto alla maglia primaria della rete viaria; ma, soprattutto, numerose proposte urbanistiche, che trovano la loro giustificazione e la loro sostenibilità in relazione ad assi viari da tempo previsti e progettati ma ancora sulla carta, sono state confermate nella loro validità, ma nel contempo ne è stata subordinata l'attuazione alla preventiva o contestuale realizzazione delle infrastrutture a cui sono funzionalmente collegate; ciò significa che una parte consistente delle previsioni urbanistiche validate dalla Conferenza non sono in realtà attuabili subito, ma potranno esserlo solo dopo investimenti infrastrutturali che richiedono anni.

E così è avvenuto che i lavori della Conferenza abbiano partorito per strada un sottoprodotto di grande rilievo esso stesso: una di quelle «mete che valgono il viaggio»: l'Accordo di programma fra i Comuni di Bologna, Castenaso e Granarolo e la Provincia per la realizzazione di alcuni tratti essenziali dell'asse stradale Lungo-Savena. Poiché nella periferia nord-est della città vi è la più elevata concentrazione di previsioni di grandi aree commerciali (da «Città-scambi» presso il Centro Agro-Alimentare ad altre aree in comune di Castenaso e Granarolo), e poiché la sostenibilità di tali previsioni non può basarsi unicamente sulla rete viaria attuale ma richiede la realizzazione di questo asse stradale previsto da trent'anni nei piani del territorio bolognese e mai attuato, si è potuto cogliere

l'occasione degli importanti interessi economici coinvolti per raggiungere finalmente un accordo che prevede gli impegni economici e finanziari dei diversi enti coinvolti, una scaletta di tempi, relativamente contenuti, per la realizzazione dei diversi stralci, e la diluizione temporale della realizzazione delle nuove strutture commerciali in parallelo all'entrata in esercizio dei diversi tratti. E' un pezzo dell'assetto strategico della grande viabilità bolognese disegnato nel Piano Intercomunale del 1968 che va finalmente in attuazione. Quanta pazienza.....

Gli atteggiamenti dei comuni riguardo alle possibilità urbanistiche di sviluppo/trasformazione della rete commerciale

I Comuni e la Conferenza avevano il compito di trovare un punto di equilibrio fra esigenze contrastanti e pressioni economiche e sociali di diverso segno:

- da un lato aprire un settore che a lungo ha goduto di politiche protezionistiche, consentire un ulteriore ammodernamento della rete, di fatto bloccata da due anni, iniettare un maggior grado di concorrenza oggi a volte carente nella fascia delle grandi strutture, favorire il consumatore finale che dalla concorrenza può trarre benefici riguardo ai prezzi praticati e, almeno in teoria, anche riguardo alla qualità del servizio offerto; assicurare anche un certo grado di diversificazione e concorrenza nelle opportunità insediative per evitare il formarsi di rendite fondiarie;
- dall'altro tenere conto dei risvolti sociali della trasformazione di un settore di rilevante peso occupazionale, graduare e diluire nel tempo l'impatto delle trasformazioni, e soprattutto difendere la tenuta e la valorizzazione delle reti del commercio di vicinato nelle aree centrali urbane, per il ruolo che esso svolge per la città, che va molto al di là di quello strettamente economico: un ruolo di componente essenziale dell'attrattività urbana, della vivibilità e dell'animazione degli spazi urbani, un ruolo anche di aggregazione sociale, e di servizio a fasce di utenza, quali gli anziani, che hanno maggiore difficoltà a servirsi delle forme di distribuzione moderne.

Difficile valutare ora se questo obiettivo sia stato centrato: le diverse componenti economiche possono legittimamente leggere i risultati finali in termini anche molto divaricati. Ma è certo che non si era mai dato un momento come questo di riflessione collettiva degli enti locali, e di decisioni, sull'evoluzione di un settore economico, e sulle sue influenze sulla mobilità, sulla qualità dell'ambiente, sulla qualità urbana, sulla socialità.

L'impressione complessiva è che nei Comuni siano prevalse per lo più atteggiamenti cauti e relativamente protezionistici.

La maggior parte dei Comuni si è mostrata attenta ai problemi di tenuta del commercio nelle aree centrali urbane e preoccupata di non mettere ulteriormente in difficoltà la rete dei piccoli esercizi tradizionali; ciò si è tradotto in numerosi casi:

- in dichiarazioni di intenti per l'attuazione di progetti di valorizzazione commerciale delle aree centrali, progetti il cui effettivo sviluppo ed efficacia andrà monitorato nei prossimi anni;
- in una quasi generalizzata liberalizzazione del commercio di vicinato in tutte le aree urbane, con la rimarchevole e criticabile eccezione del Comune di Bologna⁶,
- in politiche differenziate riguardo alle strutture medio-piccole: dall'individuazione di opportunità urbanistiche circoscritte e mirate in alcuni casi ad una sostanziale semiliberalizzazione in altri casi;
- in scelte ovunque caute e circoscritte riguardo a nuovi medio-grandi e grandi centri commerciali comprendenti il settore alimentare: si può dire che sono state previste quasi soltanto interventi già da tempo prospettati e sovente già progettati; in tutta la provincia è prevista una sola localizzazione (a Bologna presso il CAAB) dove è possibile realizzare un ulteriore grande centro commerciale con ipermercato di dimensione analoga ai più grandi già realizzati;

Forse il campo in cui le scelte sono state più controverse è quello delle possibilità di insediamento per medio-grandi e grandi strutture non alimentari, anche perché si tratta di una categoria eterogenea che può comprendere esercizi con bassissimi effetti sulla mobilità (quali concessionari d'auto, grandi rivenditori di generi tecnici per l'edilizia, ecc.) ed esercizi ad alta attrattività come mercatoni, grandi magazzini di abbigliamento o strutture come l'IKEA.

Qui le scelte si sono differenziate notevolmente. Molti Comuni hanno ritenuto di consentire diffusamente le medie e grandi strutture non alimentari in tutte le zone produttive; ciò ha fatto sì che le previsioni di questo tipo risultino teoricamente molto estese, ma in molti casi non si tratta di effettive possibilità di insediamento in aree libere, ma solo di eventuali possibilità di riuso di contenitori industriali qualora vengano dismessi. Una tale scelta sembra plausibile sul piano urbanistico, in una logica di risparmio di territorio, poiché l'uso commerciale è sovente una delle possibilità più realistiche di riuso di aree industriali dismesse, ma d'altra parte ciò rende impossibile valutare i possibili effetti di queste

⁶ Il Decreto Bersani e la conseguente legge regionale invitano i Comuni ad individuare specifiche aree commerciali, in particolare nei centri storici, nelle quali promuovere progetti di investimenti misti pubblico-privati di valorizzazione commerciale per rilanciarne l'attrattività; sulla base di tale individuazione e in attesa della realizzazione del progetto, il Comune può sospendere per un periodo massimo di due anni la liberalizzazione dell'apertura di nuovi esercizi di vicinato in quell'area "sulla base di specifiche valutazioni dell'impatto dell'apertura di nuovi esercizi sull'apparato distributivo e sul tessuto urbano in relazione agli obiettivi del progetto". Il Comune di Bologna ha applicato in modo generalizzato questa possibilità, individuando come interessabili da progetti di valorizzazione commerciale praticamente tutte le aree del centro e diverse aree della prima periferia dove è presente il commercio tradizionale, e poi applicando a tutte queste aree indistintamente la sospensione massima di due anni, indipendentemente da valutazioni specifiche e dagli obiettivi del progetto in ciascuna area. Con questa interpretazione estensiva, che tradisce lo spirito, se non anche la lettera, del disposto legislativo, nelle aree commerciali del comune di Bologna è di fatto impedito per altri due anni l'ingresso di qualunque nuovo piccolo operatore commerciale, con vantaggio effimero degli operatori attuali, ma a tutto danno delle opportunità di riqualificazione e ammodernamento delle aree commerciali tradizionali che si intenderebbe valorizzare.

opportunità urbanistiche, ad esempio in termini di traffico aggiuntivo, non potendo sapere se e quando avverrà una trasformazione in senso commerciale e per quale tipo di merceologia.

Due comuni minori poi, hanno ritenuto di proporre estese aree commerciali, dove prevedere anche la realizzazione di nuove strutture di grande o grandissima superficie e grande attrazione, in localizzazioni relativamente periferiche del territorio metropolitano, ma avvantaggiate dalla contiguità ad un casello autostradale e dall'essere a cavallo delle aree di gravitazione di più città.

Si tratta di un modello localizzativo controverso, poiché, in mancanza di un bacino di utenti significativo nei dintorni, implica una mobilità per acquisti di lungo o lunghissimo raggio, con tutto ciò che consegue in termini di consumo di tempo e di energia e di impatto ambientale; si tratta d'altra parte di localizzazioni specificamente cercate da nuove tipologie commerciali che si stanno affacciando solo ora in Italia, quali i cosiddetti *factory outlet*, sorta di spacci di enormi dimensioni (da 20.000 mq. e più) dove smerciare direttamente dalle fabbriche le rimanenze e gli scarti dei prodotti di abbigliamento di grande marca, templi della griffe a prezzo scontato, sovente accompagnati da attività di divertimento, che hanno come target bacini di ampiezza anche sovregionale di utenza «nomade» giovanile.

Nel dubbio, la Conferenza ha deciso di tagliare le previsioni di questo tipo e di privilegiare, per le grandi strutture di vendita, localizzazioni aderenti ai centri maggiori e quindi con un più cospicuo bacino di utenti potenziali di breve raggio; cosicché nessun *factory outlet* sorgerà nell'area bolognese in questa fase. Il tema si riproporrà probabilmente nell'elaborazione ormai imminente del Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale, a meno che nel frattempo una tale struttura non sia sorta in altra provincia emiliana più decentrata, con la probabile conseguenza di dare luogo a spostamenti da Bologna mediamente ancora più lunghi.

Conclusioni

Non è possibile considerare il risultato della Conferenza come un nuovo Piano per il commercio a scala provinciale. Non può essere considerato un piano in senso urbanistico, poiché le scelte di localizzazione sono state condizionate in modo sostanziale dalle destinazioni commerciali in essere dei Piani urbanistici vigenti e da operazioni di investimento e di attuazione da tempo sul tappeto, alcune concepite e progettate da anni, che non potevano essere ignorate. Dal punto di vista urbanistico il risultato può piuttosto essere definito come una drastica scrematura di destinazioni urbanistiche pregresse incongrue o generiche, un'operazione di pulizia e affinamento della strumentazione urbanistica vigente.

Tanto meno l'esito della Conferenza può essere considerato un atto di programmazione economica del settore, poiché non si sono compiute valutazioni e scelte di natura economica sulle prospettive di evoluzione del settore, se non in termini alquanto impliciti.

Ma occorre davvero un Piano?

L'esito di questa complessa operazione sembra indicare, più che un risultato, una duplice direzione di marcia: la direzione di una progressiva liberalizzazione dell'iniziativa imprenditoriale nel settore, che, dalla fascia degli esercizi più piccoli, tende ad allargarsi, non senza resistenze, a tutta la fascia delle strutture di vendita di media dimensione, lasciando sempre più al mercato il ruolo di selezionare le iniziative e le localizzazioni; e a fianco la direzione di un rigoroso controllo urbanistico delle grandi e grandissime strutture, per limitarne l'impatto sull'ambiente e sul funzionamento della città e per internalizzarne il più possibile i costi indiretti, sovente in passato scaricati sulla collettività.

In termini non esplicitati, e forse nemmeno tanto consapevoli, sembra uscire favorita dalle politiche prescelte dai Comuni una linea di ammodernamento della distribuzione basata su reti di piccole e medie strutture di vendita non troppo lontane dai consumatori e modernamente integrate in catene logistiche.

In ogni caso queste due direzioni di marcia non compongono insieme un piano, né mostrano l'esigenza di un piano, inteso nei termini tradizionali di definizione di obiettivi qualitativi e di strumenti per raggiungerli. Del resto per altri settori economici, ad esempio la produzione industriale, nessuno pensa più da un pezzo che sia necessario o possibile pianificare quante industrie servano in ciascun luogo in rapporto alla popolazione e quale debba essere il mix giusto fra piccole, medie e grandi industrie. Per il commercio sì: tutto ciò è stato attentamente pianificato fino a l'altro ieri, e lo stesso Decreto Bersani cita ancora fra gli obiettivi della programmazione «l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive». Ma qualche passo verso l'eliminazione di questa «diversità» del commercio è stato compiuto.

ALLEGATO 1

**Legge regionale n. 0014
del 05/07/1999 Emilia-Romagna (VI legislatura)**

LEGGE REGIONALE

N. 0014 DEL 05/07/1999 EMILIA-ROMAGNA (VI LEGISLATURA)

NORME PER LA DISCIPLINA DEL COMMERCIO IN SEDE FISSA IN ATTUAZIONE DEL D. LGS. 31/03/1998, N. 114

Articolo 0001

Finalità e principi generali

1. La presente legge disciplina, ai sensi del D. Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 e del capo VIII del titolo V della L.R. 21 aprile 1999, n. 3, le funzioni amministrative della Regione e degli Enti Locali in materia di commercio in sede fissa.

2. La Regione Emilia-Romagna promuove la più adeguata presenza, la migliore distribuzione, la qualificazione, lo sviluppo delle attività commerciali sul territorio regionale. A tal fine, la Regione si attiene alle seguenti finalità e principi generali:

- a) sviluppo e innovazione della rete distributiva, favorendo la crescita dell'imprenditoria e dell'occupazione, nonché la qualità del lavoro e la formazione professionale degli operatori e dei dipendenti;
- b) pluralismo ed equilibrio tra le diverse tipologie distributive, le diverse forme d'impresa e le diverse forme di vendita, con particolare attenzione al ruolo delle piccole e medie imprese e delle loro iniziative associate;
- c) trasparenza e qualità del mercato, libera concorrenza e libertà d'impresa, libera circolazione delle merci, al fine di realizzare le migliori condizioni di prezzi, di efficienza ed efficacia della rete distributiva, nel rispetto dei principi contenuti nel titolo I della legge 10 ottobre 1990, n. 287;
- d) tutela dei consumatori in riferimento alla corretta informazione e alla pubblicizzazione dei prezzi, dei prodotti, nonché delle possibilità di approvvigionamento;
- e) valorizzazione della funzione commerciale per la qualità sociale della città e del territorio.

3. Nel definire gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali, la Regione Emilia-Romagna promuove il metodo della concertazione con gli Enti Locali e il principio di sussidiarietà, in relazione alla effettiva rilevanza comunale, intercomunale, provinciale o regionale, delle decisioni da assumere.

4. La Regione Emilia-Romagna promuove, per lo svolgersi delle determinazioni proprie e di quelle degli Enti Locali, il metodo della consultazione e la concertazione con le Associazioni d'impresa, le Organizzazioni sindacali, le Associazioni dei consumatori.

5. La Regione, in collaborazione con i Comuni, le Province e le Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, promuove un sistema coordinato con gli Enti Locali di conoscenza, monitoraggio, valutazione dell'entità e della qualità della rete distributiva, degli insediamenti delle attività commerciali, dell'occupazione nel settore.

Articolo 0002

Indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali

1. La presente legge dà attuazione agli obiettivi dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998, promuovendo la programmazione e la qualificazione della rete distributiva, nell'ambito degli indirizzi di sviluppo sostenibile definiti negli strumenti della programmazione regionale, con l'indicazione dei seguenti indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali e in riferimento ai diversi ambiti territoriali di cui al comma 3 dell'art. 6 di detto Decreto:

- a) favorire l'efficacia e la qualità del servizio rispetto alle esigenze dell'utenza e dei consumatori, con particolare riguardo all'adeguatezza, anche in termini di servizi di prossimità e all'integrazione della rete di vendita nel contesto sociale e ambientale e in relazione alle caratteristiche del sistema insediativo, infrastrutturale e della mobilità;
- b) programmare gli insediamenti e le trasformazioni della rete di vendita in modo unitario negli ambiti territoriali sovraindicati;
- c) favorire la crescita di attività commerciali, in particolare di piccole e medie dimensioni che integrino e valorizzino la qualità delle città e del territorio, la riqualificazione e il riuso di aree

- urbane, la loro attrattività, vivibilità e sicurezza, anche sviluppando l'integrazione fra attività commerciali, pubblici esercizi, artigianato di servizio, attività ricreative e di spettacolo;
- d) salvaguardare i centri storici e le aree di valore storico-artistico, consentendo e favorendo la presenza competitiva di attività commerciali adeguate;
 - e) salvaguardare e riqualificare la rete distributiva nelle zone di montagna e rurali e nei Comuni minori;
 - f) favorire un equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, assicurando il rispetto del principio della libera concorrenza;
 - g) definire criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita al fine di contenere l'uso del territorio, assicurare le compatibilità ambientali, salvaguardare l'equilibrio con le presenze delle altre tipologie distributive e per valutare i progetti di insediamento rispetto agli assetti socio-economici, insediativi, della mobilità e della rete distributiva in riferimento alla disponibilità di servizi al consumatore;
 - h) favorire opportunità di sinergie e cooperazione tra diverse tipologie distributive e lo sviluppo di tipologie innovative di esercizi di vendita, nonché l'innovazione tecnologica nelle imprese, con particolare riferimento alla distribuzione e al commercio elettronico;
 - i) favorire l'associazionismo tra piccole imprese;
 - l) promuovere progetti di nuova organizzazione e gestione della logistica che migliorino la competitività e conseguano risultati positivi per diminuire gli impatti sul traffico e sull'ambiente;
 - m) coordinare gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali in sede fissa con quanto previsto dalla legge di attuazione del D. Lgs. n. 114 del 1998 in materia di commercio su aree pubbliche.

Articolo 0003

Metodo, soggetti e strumenti per la realizzazione degli indirizzi generali per la programmazione della rete distributiva

1. Per la realizzazione degli indirizzi generali di cui all'art. 2, la Regione promuove un processo di programmazione degli insediamenti delle attività commerciali, al quale concorrono i Comuni e le Province, secondo quanto previsto dalla presente legge, dal capo VIII del titolo V della L.R. 21 aprile 1999, n. 3 e dalla legislazione regionale in materia di pianificazione territoriale. A tal fine, i Comuni e le Province provvedono all'attuazione di tali indirizzi nell'ambito dei propri strumenti di pianificazione territoriale e urbanistica.
2. Il Consiglio regionale adotta:
 - a) entro 60 giorni dall'entrata in vigore della presente legge un atto contenente i criteri di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale, sulla base degli indirizzi generali di cui all'art. 2, e le disposizioni per i Comuni e per le Province di cui all'art. 4;
 - b) entro 180 giorni dall'entrata in vigore della presente legge un atto contenente i criteri e le condizioni per regolare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita, secondo quanto previsto alla lettera g) del comma 1 dell'art. 2, anche sulla base delle rilevazioni fornite dall'Osservatorio regionale del commercio di cui all'art. 14.
3. L'atto di cui alla lettera a) del comma 2 costituisce riferimento per le scelte delle Province e dei Comuni in materia di pianificazione territoriale per gli insediamenti commerciali e di programmazione della rete distributiva. L'atto di cui alla lettera b) del comma 2 costituisce riferimento per la Conferenza dei servizi di cui all'art. 9 del D. Lgs. n. 114 del 1998.
4. La Regione promuove altresì gli interventi di cui agli articoli 8 e 9 in materia di valorizzazione commerciale delle aree urbane e delle aree montane, rurali e dei Comuni minori. Essa promuove altresì l'adozione delle misure di cui all'art. 10 per le aree di valore storico, archeologico e ambientale.
5. Le Province provvedono, con il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (P.T.C.P.), alla individuazione degli ambiti territoriali sovracomunali, ai sensi delle lettere a) e b) del comma 3 dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998 e delle aree di cui all'art. 9 e a definire le scelte di pianificazione territoriale per gli insediamenti e la programmazione della rete distributiva sulla base degli indirizzi della Regione contenuti nella presente legge e delle strategie di sviluppo socio-economico sostenibile.

6. I Comuni, sulla base degli indirizzi e dei provvedimenti regionali e provinciali, adottano provvedimenti coordinati con i quali danno attuazione ai propri orientamenti riguardo alla rete distributiva. In particolare:

- a) fissano i criteri per il rilascio di autorizzazioni per le medie strutture di vendita di cui al comma 3, dell'art. 8 del D. Lgs. n. 114 del 1998;
- b) adottano i provvedimenti di cui agli artt. 5 e 6;
- c) adeguano, ove necessario, il proprio regolamento di polizia locale.

7. Ai fini della prima applicazione, il Comune provvede, entro sei mesi dall'entrata in vigore della presente legge:

- a) alla perimetrazione e regolamentazione di specifiche aree o complessi o edifici localizzati nei centri storici o in aree di interesse storico, archeologico o ambientale nelle quali attuare le disposizioni dell'art. 10;
- b) all'individuazione delle aree in cui promuovere la prima attuazione dei progetti di valorizzazione di cui all'art. 8.

Articolo 0004

Criteri regionali di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale

1. I criteri regionali di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale contengono:

- a) le definizioni delle tipologie che costituiscono specificazione dell'art. 4 del D. Lgs. n. 114 del 1998, eventualmente suddivise per le categorie merceologiche di cui al comma 1 dell'art. 5 di detto Decreto e per tipologie dimensionali;
- b) l'articolazione degli indirizzi per l'insediamento delle attività commerciali riferite ai diversi ambiti territoriali previsti dal comma 3 dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998, ivi compresi gli indirizzi per l'insediamento degli esercizi di vicinato;
- c) gli indirizzi ai fini dell'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali;
- d) le condizioni e i criteri cui i Comuni e le Province devono attenersi per l'individuazione, attraverso gli strumenti urbanistici, delle aree idonee per la localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita;
- e) i requisiti urbanistici, in termini di accessibilità veicolare e pedonale anche per portatori di handicap, di dotazione di standard e parcheggi pertinenziali delle diverse tipologie di strutture di vendita;
- f) i criteri per incentivare l'ammodernamento e la qualificazione delle strutture di vendita esistenti.

Articolo 0005

Pianificazione territoriale e urbanistica degli insediamenti commerciali

1. I Comuni individuano le aree da destinare agli insediamenti commerciali attraverso i propri strumenti urbanistici, in conformità agli indirizzi generali di cui all'art. 2 e ai criteri regionali di cui all'art. 4.

Le previsioni dei piani comunali attengono in particolare:

- a) ai dimensionamenti della funzione commerciale delle diverse tipologie;
- b) alla localizzazione e alla disciplina delle grandi e medie strutture di vendita, in coerenza con le previsioni del P.T.C.P. di cui al comma 2;
- c) alla definizione delle norme urbanistiche attinenti gli esercizi di vicinato nell'ambito della disciplina delle destinazioni d'uso degli immobili di cui all'art. 2 della L.R. 8 novembre 1988 n. 46.

2. Le Province individuano con il P.T.C.P. gli ambiti territoriali sovracomunali rilevanti ai fini della programmazione commerciale, di cui alle lettere a) e b) del comma 3 dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998 e delle aree di cui all'art. 9, in coerenza con le scelte di sviluppo dei sistemi insediativi, ambientali, socio economici e della mobilità di cui all'art. 2 della L.R. 30 gennaio 1995, n. 6. Le Province, in attuazione delle scelte di pianificazione territoriale per gli insediamenti e la programmazione della rete distributiva secondo quanto previsto al comma 5 dell'art. 3 e in conformità ai criteri regionali di cui all'art. 4, provvedono in particolare a definire le indicazioni di natura urbanistica e territoriale per la localizzazione delle aree per grandi strutture di vendita e delle aree per medie strutture che, per dimensionamento e collocazione, assumono rilevanza sovracomunale.

3. La Provincia, quando la localizzazione delle aree di cui al comma 2 ricada in comuni confinanti con altre province, dovrà richiederne preventivamente il parere non vincolante. Le Province

confinanti sono tenute ad esprimersi entro 30 giorni, scaduti i quali il parere si intenderà dato positivamente.

Articolo 0006

Adeguamento delle previsioni degli insediamenti commerciali contenute negli strumenti urbanistici vigenti. Norme transitorie

1. Ai fini dell'adeguamento a quanto disposto dall'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998, i Comuni, sulla base degli indirizzi di cui all'art. 2 ed entro sei mesi dall'emanazione dei criteri di cui all'art. 4, valutano la conformità dei propri strumenti urbanistici generali ed attuativi con particolare riferimento al dimensionamento della funzione commerciale nelle diverse tipologie dimensionali e alla individuazione specifica di aree destinate alla localizzazione di grandi e medie strutture commerciali.

2. I Comuni per la ridefinizione dei dimensionamenti delle aree commerciali e per l'individuazione specifica delle nuove aree da destinare a medie e grandi strutture di vendita, provvedono attraverso:

a) le modalità ed i limiti previsti dall'art. 21 della L.R. 7 dicembre 1978, n. 47 e dall'art. 3 della L.R. n. 46 del 1988;

b) le procedure di variante di cui agli artt. 14 e 15 della L.R. n. 47 del 1978;

c) le procedure per gli accordi di programmi in variante di cui all'art. 14 della L.R. n. 6 del 1995.

3. Per l'individuazione delle aree da destinare all'insediamento di medie e grandi strutture di vendita nell'ambito delle previsioni degli strumenti urbanistici vigenti o adottati, i Comuni provvedono all'adeguamento in sede di conferenza dei servizi, ai sensi dell'art. 7.

Articolo 0007

Conferenza provinciale dei servizi per la valutazione delle idoneità delle aree commerciali di rilievo sovracomunale

1. Ai fini della verifica dell'idoneità delle aree destinate dai Piani Regolatori Generali (P.R.G.) vigenti o adottati all'insediamento di medie e grandi strutture, prevista dal comma 3, dell'art. 6, la Provincia convoca una conferenza dei servizi ai sensi dell'art. 14 della legge 7 agosto 1990, n. 241, cui partecipano la Regione, la Provincia medesima ed i Comuni interessati alle aree sovracomunali di cui al comma 2.

2. Ai fini della preparazione della Conferenza dei Servizi, il Comune valuta quali aree destinare alla localizzazione di medie e grandi strutture di vendita, tra quelle per le quali il P.R.G. vigente od adottato, preveda l'insediamento di attività commerciali. Il Comune provvede in conformità ai criteri regionali di cui all'art. 4 ed entro il termine di tre mesi dalla loro approvazione. Entro il medesimo termine ed in conformità ai criteri regionali la Provincia provvede, con apposita delibera, alla individuazione degli ambiti territoriali sovracomunali rilevanti ai fini della pianificazione territoriale degli insediamenti commerciali secondo quanto disposto dal comma 2 dell'art. 5.

3. In sede di Conferenza dei servizi i partecipanti valutano congiuntamente, sulla base degli indirizzi generali di cui all'art. 2 e dei criteri di cui all'art. 4, le opportunità localizzative dei Comuni e gli effetti cumulativi delle stesse. La conferenza dei servizi, sentite le Associazioni maggiormente rappresentative del commercio, sindacali e dei consumatori:

a) verifica la scelta dell'area da destinare a medie strutture di rilevanza comunale;

b) individua gli ambiti idonei per la localizzazione di grandi strutture di vendita e di medie strutture di rilevanza sovracomunale, indicando le eventuali prescrizioni o condizioni di natura urbanistica ed ambientale per la loro attuazione.

4. I lavori della Conferenza dei Servizi si concludono entro 180 giorni dalla data di approvazione dei criteri regionali di cui all'art. 4. Nel definire il termine di conclusione dei lavori della Conferenza dei servizi, ai sensi del comma 2bis dell'art. 4 della legge n. 241 del 1990, le Amministrazioni partecipanti stabiliscono una fase preliminare per lo svolgimento e la conclusione della attività di cui alla lettera a) del comma 3.

5. Le determinazioni assunte in sede di Conferenza dei Servizi costituiscono adeguamento degli strumenti urbanistici vigenti dalla presente legge, ai sensi del comma 5 dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998.

6. In sede di predisposizione del P.T.C.P. la Provincia verifica ed aggiorna le determinazioni in materia di programmazione e pianificazione commerciale di cui al comma 3. Fino all'approvazione del P.T.C.P. le determinazioni assunte in sede di Conferenza dei Servizi costituiscono parametro per l'accertamento di compatibilità degli strumenti di pianificazione comunale, ai sensi della lettera d) del comma 1 dell'art. 2 della L.R. n. 6 del 1995.

Articolo 0008

Progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane

1. Comuni approvano progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane al fine di promuovere il rilancio e la qualificazione dell'assetto commerciale dei centri storici e delle aree di servizio consolidate.

2. Ai fini dell'elaborazione dei progetti, i Comuni individuano le aree urbane nelle quali sussistono problemi di tenuta della rete commerciale tradizionale e di valorizzazione dell'attività commerciale e urbana.

Dette aree possono essere identificate anche con riferimento ai comparti commerciali omogenei di cui alla L.R. 24 maggio 1989, n. 17.

3. Il progetto di valorizzazione commerciale è elaborato d'iniziativa del Comune mediante la concertazione con i soggetti pubblici, i privati interessati, le associazioni del commercio maggiormente rappresentative anche in sede locale, le organizzazioni dei consumatori e sindacali. Sono soggetti interessati tutti gli operatori del settore commercio, sia in sede fissa che su aree pubbliche, compresi gli esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande di cui alla L. 25 agosto 1991, n. 287, gli esercenti attività di artigianato di servizio e di valore storico e tradizionale, operanti all'interno dell'area individuata dal Comune. Nell'elaborazione del progetto, il Comune esamina le politiche pubbliche riferite all'area, la progettualità privata e l'efficacia degli strumenti normativi e finanziari in atto, al fine del rilancio e qualificazione dell'area stessa e dell'insieme di attività economiche in essa presenti.

4. Il progetto di valorizzazione commerciale prevede la realizzazione di opere infrastrutturali e di arredo urbano o di rilevante riorganizzazione della logistica e può inoltre prevedere:

- a) l'attivazione o la modifica di servizi urbani;
- b) il riuso di contenitori esistenti per l'insediamento di nuove attività o il potenziamento di quelle esistenti;
- c) la formazione di nuovi complessi commerciali di vicinato come definiti nelle specificazioni di tipologia di cui alla lettera a) del comma 1 dell'art. 4;
- d) l'attuazione di azioni di promozione;
- e) l'individuazione di una struttura per la gestione coordinata degli interventi sul territorio.

5. Qualora il progetto di valorizzazione sia contenuto all'interno di un progetto di riqualificazione urbana si applicano le disposizioni in materia di procedimento previste dalla L.R. 3 luglio 1998, n. 19.

6. Ai fini della realizzazione del progetto, il Comune stipula una convenzione che fissa i reciproci impegni delle parti.

7. Il Comune, sulla base del progetto, può:

- a) incentivare la qualificazione delle attività economiche esistenti o il loro addensamento;
- b) vietare i cambi di destinazione d'uso da attività commerciale, artigianale o pubblico esercizio ad altri usi che comportino la cessazione delle attività.

8. Ai fini dell'attuazione della lettera a) del comma 7 il Comune può:

- a) utilizzare la fiscalità locale;
- b) utilizzare la monetizzazione o ridefinizione dei requisiti urbanistici nei limiti indicati nei criteri regionali di cui all'art. 4;
- c) facilitare, anche attraverso apposite disposizioni urbanistiche o regolamentari, l'utilizzazione commerciale dei locali degli edifici esistenti, anche dal punto di vista dei requisiti igienico-edilizi.

9. Nell'ambito delle aree di cui alle lettere a), b) e c) del comma 3 dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998, l'individuazione, con atto del Consiglio comunale, delle aree urbane di cui al comma 2, costituisce la condizione sulla base della quale il Comune, nella fase di prima applicazione di detto

decreto, può sospendere o inibire gli effetti della comunicazione all'apertura degli esercizi di vicinato, sulla base di specifiche valutazioni circa l'impatto dei nuovi esercizi sull'apparato distributivo e sul tessuto urbano, in relazione agli obiettivi del progetto. Detta sospensione o inibizione può essere stabilita fino all'attuazione del progetto e comunque per una durata massima di due anni.

10. In mancanza di diversa disposizione statale, per fase di prima applicazione del D. Lgs. n. 114 del 1998, si intendono quattro anni dalla sua pubblicazione.

11. La Regione attribuisce titolo di priorità agli interventi compresi nei progetti di valorizzazione di cui al presente articolo ai fini della concessione di contributi di cui alla L.R. n. 41 del 1997. La Regione coordina gli interventi di cui al presente articolo con quelli previsti da altre leggi regionali che possono applicarsi ai medesimi progetti ai fini di assicurare le sinergie fra i diversi canali di finanziamento.

Articolo 0009

Promozione delle attività commerciali e dei servizi nelle zone montane e nei comuni minori

1. Nelle aree montane e rurali, nonché nei centri minori e nei nuclei abitati di cui alla lettera a) del comma 1 dell'art. 10 del D. Lgs. 114 del 1998, nei quali non risulti possibile garantire un'adeguata presenza di esercizi di vicinato, i Comuni favoriscono la presenza di esercizi commerciali polifunzionali nei quali l'attività commerciale può essere associata a quella di pubblico esercizio e ad altri servizi di interesse collettivo, eventualmente in convenzione con soggetti pubblici o privati.

2. Ai fini della concessione di contributi di cui alla L.R. n. 41 del 1997, la Regione attribuisce titolo di priorità agli interventi riguardanti l'attivazione di esercizi polifunzionali.

3. Con successiva legge regionale saranno previste esenzioni dai tributi regionali.

Articolo 0010

Commercio nelle aree di valore storico, archeologico, artistico o ambientale

1. I Comuni individuano gli immobili, le aree o i complessi di immobili e classificano le botteghe storiche per i quali, in relazione al particolare specifico pregio storico, archeologico, artistico o ambientale, sono previste disposizioni regolamentari urbanistiche di salvaguardia in relazione all'esercizio di attività commerciali, anche al fine di rendere compatibili i servizi commerciali con le funzioni territoriali in ordine alla viabilità e alla mobilità dei consumatori e dell'arredo urbano. L'individuazione riguarda le zone A di cui all'art. 14 della L.R. n. 47 del 1978 o porzioni di esse, oppure singoli immobili anche esterni alle zone A, individuati in relazione agli specifici valori del contesto.

2. Ferme restando le competenze dello Stato in materia di tutela dei beni di interesse artistico, storico o archeologico, le disposizioni di salvaguardia possono riguardare:

- a) l'esclusione della vendita di determinate merceologie;
- b) le modalità, prescrizioni e limitazioni del commercio su aree pubbliche, al fine della sua qualificazione;
- c) le caratteristiche morfologiche delle insegne e delle vetrine e gli elementi di arredo esterno, nonché il sistema di illuminazione esterna nei casi di nuova realizzazione o di modifica degli elementi preesistenti;
- d) specifiche deroghe, nel rispetto della legge, ai requisiti igienico-edilizi relativi alle attività commerciali e pubblici esercizi in essere, tendenti a consentirne la permanenza;
- e) specifici divieti di cambio d'uso;
- f) la vocazione merceologica determinatasi nel tempo nelle botteghe storiche.

3. Fino all'emanazione delle disposizioni di cui al comma 2, i Comuni possono confermare gli atti emanati ai sensi dell'art. 4 del D.L. 9 dicembre 1986, n. 832, convertito con L. 6 febbraio 1987, n. 15.

4. I Comuni possono prevedere misure di agevolazione tributaria.

Articolo 0011

Procedimento di rilascio delle autorizzazioni per le grandi strutture di vendita. Concessione edilizia

1. La domanda di apertura di una grande struttura di vendita, di cui all'art. 9 del D. Lgs. n. 114 del 1998 è inoltrata al Comune competente, unitamente agli allegati necessari alla sua valutazione individuati dalla Giunta regionale. La domanda è inviata in copia alla Provincia e alla Regione.
2. Il Comune, entro trenta giorni dal ricevimento della domanda, provvede a richiedere all'interessato l'integrazione della documentazione eventualmente mancante. I termini di cui al presente articolo sono interrotti fino al ricevimento, da parte del Comune, della documentazione richiesta.
3. Il Comune, entro trenta giorni dal ricevimento della documentazione completa, integra la documentazione allegata alla domanda, mediante la compilazione di apposita modulistica, predisposta dalla Giunta regionale ed invia l'intera documentazione alla Provincia e alla Regione.
4. Nel termine di trenta giorni, decorrente dall'invio della documentazione di cui al comma 3, il Comune previa intesa con la Regione e la Provincia, indice la Conferenza di servizi prevista all'art. 9 del D. Lgs. 114 del 1998, fissandone lo svolgimento non prima di quindici e non oltre sessanta giorni.
5. Della data di indizione della Conferenza è data notizia al richiedente, ai Comuni contermini e a quelli appartenenti alla medesima area sovracomunale configurabile come unico bacino di utenza, alle Organizzazioni dei consumatori e alle Organizzazioni provinciali delle imprese del commercio e alle Organizzazioni Sindacali, affinché possano esercitare le facoltà di cui al comma 4 dell'art. 9, del D. Lgs. n. 114 del 1998.
6. Qualora nel bacino di utenza ricada anche una parte del territorio di Regione confinante, la Conferenza dei servizi richiede il parere non vincolante della Regione stessa. Trascorsi sessanta giorni dalla richiesta si prescinde da detto parere.
7. Le domande relativamente alle quali non è comunicato provvedimento di diniego decorsi centoventi giorni dalla data di convocazione della Conferenza di Servizi, sono da ritenersi accolte.
8. Qualora ai fini dell'apertura di una media o grande struttura di vendita, sia necessario il rilascio di apposita concessione edilizia, l'interessato deve farne richiesta contestualmente alla domanda per l'apertura dell'esercizio. L'emanazione del provvedimento di concessione edilizia è successivo o, ove possibile, contestuale al rilascio dell'autorizzazione di apertura.

Articolo 0012

Criteri di priorità

1. Nel caso di domande concorrenti nello stesso Comune, l'autorizzazione all'apertura di una media o grande struttura di vendita è concessa prioritariamente:
 - a) per il settore alimentare a domande che prevedono la concentrazione di preesistenti medie o grandi strutture e l'assunzione dell'impegno di reimpiego del personale dipendente;
 - b) per il settore non alimentare a domande che prevedono la concentrazione di preesistenti medie o grandi strutture e siano presentate da richiedenti che abbiano frequentato un corso di formazione professionale per il commercio o risultino in possesso di adeguata qualificazione.
2. In entrambi i settori di cui al comma 1, sono comunque prioritarie le domande relative agli insediamenti inseriti nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8.
3. La Giunta regionale, entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, definisce le modalità di assunzione dell'impegno di cui alla lettera a) del comma 1 e i requisiti di formazione e qualificazione di cui alla lettera b) del comma 1.
4. Fermo restando quanto previsto alla lettera g) comma 1 dell'art. 2, la priorità fra le domande concorrenti nei settori di cui al comma 1 tiene conto altresì dei seguenti elementi:

- a) numero di occupati che si prevede di riassorbire nella nuova struttura fra gli addetti dipendenti e indipendenti, compresi i coadiuvanti, già inquadrati nel settore del commercio nel comune dove si intende localizzare la nuova struttura e nei comuni confinanti;
- b) numero totale di occupati previsto nella struttura;
- c) recupero di spazi degradati e contenitori dismessi;
- d) migliore soluzione urbanistica e minore impatto territoriale risultante dallo studio di impatto presentato;
- e) maggiori impegni contratti in convenzione con il Comune per la mitigazione degli impatti.

5. Si considerano concorrenti le domande, corredate dalla prescritta documentazione, pervenute al Comune prima della conclusione della fase istruttoria di una domanda del medesimo settore merceologico e tipologia dimensionale. Con riferimento alle domande per l'apertura di medie strutture di vendita, l'istruttoria si ritiene conclusa quando il Comune si pronuncia nel merito della domanda o eventualmente alla maturazione del silenzio assenso. Con riferimento alle domande per l'apertura di grandi strutture, l'istruttoria si ritiene conclusa il giorno antecedente a quello prefissato per lo svolgimento della Conferenza dei Servizi di cui all'art. 9 del D.Lgs. 114/98.

6. In caso di concorrenza di domande i relativi procedimenti istruttori sono sospesi per un tempo non superiore a quindici giorni, durante il quale il Comune, relativamente alle medie strutture, o la Conferenza dei Servizi, relativamente alle grandi strutture, individuano la domanda prioritaria.

Articolo 0013 **Autorizzazioni dovute**

1. Costituisce atto dovuto, nel rispetto dei requisiti urbanistici e delle condizioni di cui al comma 2, il rilascio di autorizzazione:

- a) all'apertura di una media struttura avente una superficie di vendita non superiore a 1500 mq. nei Comuni aventi una popolazione superiore a 10.000 abitanti e non superiore a 800 mq. nei restanti Comuni;
- b) all'aumento della superficie di vendita di una media struttura, nel rispetto dei limiti dimensionali di cui alla lettera a).

2. Ai fini di cui al comma 1, il rilascio dell'autorizzazione è dovuto nel rispetto delle seguenti condizioni:

- a) che sia attuata la concentrazione o l'accorpamento di almeno quattro esercizi rientranti nei limiti dimensionali di cui alla lettera d) del comma 1 dell'art. 4 del D. Lgs. n. 144 del 1998;
- b) che gli esercizi accorpati o concentrati siano stati autorizzati ai sensi dell'art. 24 della L. 11 giugno 1971, n. 426, per la vendita di generi di largo e generale consumo;
- c) che il richiedente si impegni al reimpiego del personale occupato, con contratto di lavoro a tempo indeterminato, negli esercizi oggetto di concentrazione o accorpamento;
- d) che la superficie di vendita del nuovo esercizio non superi la somma dei limiti massimi indicati alla lettera
- e) del comma 1 dell'art. 4 del D. Lgs. n. 114 del 1998, tenuto conto del numero degli esercizi oggetto dell'accorpamento o della concentrazione.

3. Il rilascio dell'autorizzazione ai sensi del presente articolo comporta la revoca dei titoli autorizzatori preesistenti.

4. La Giunta regionale, entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, definisce le modalità e i termini dell'impegno al reimpiego del personale di cui alla lettera c) del comma 2 e i relativi termini.

Articolo 0014 **Osservatorio regionale del commercio**

1. In attuazione della lettera g) del comma 1 dell'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998 la Regione costituisce l'Osservatorio regionale del commercio.

- 2. La Regione, avvalendosi dell'Osservatorio, svolge i compiti di cui all'art. 1 e, in particolare:
 - a) realizzazione di un sistema informativo della rete distributiva, avvalendosi dei Comuni, delle Province e delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura;

- b) elaborazione e diffusione a tutti i soggetti interessati delle basi conoscitive e dei dati aggregati per la programmazione regionale nel settore del commercio e per la conoscenza del settore della distribuzione commerciale, con particolare riguardo ai processi derivanti dall'entrata in vigore del D. Lgs. n. 114 del 1998;
 - c) redazione, anche ai fini di cui alla lettera b), di un rapporto annuale sull'andamento e le tendenze del commercio e dei consumi;
 - d) elaborazione dei criteri e delle condizioni in materia di programmazione della rete distributiva di cui alla lettera b) del comma 2 dell'art. 3.
3. La Giunta regionale disciplina le modalità di funzionamento dell'Osservatorio che si avvale di un Comitato tecnico composto di 5 esperti nominato dal Presidente della Regione, su proposta dell'Assessore competente.
4. L'Osservatorio si avvale altresì di una Conferenza consultiva la cui composizione e modalità di funzionamento sono definite dalla Giunta Regionale. La partecipazione alla Conferenza non comporta alcun onere finanziario a carico della Regione.
5. Per l'organizzazione delle attività dell'Osservatorio la Regione, anche avvalendosi di Enti e strutture che presentino la necessaria affidabilità e competenza e sentita la Conferenza consultiva, predisporre un programma annuale.
6. La Regione promuove le attività dell'Osservatorio in un sistema coordinato con gli Enti Locali e le Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura.
7. Al fine di fornire all'Osservatorio i dati e le informazioni strutturate sufficienti per monitorare l'evoluzione della rete distributiva:
- a) i Comuni forniscono alle Province e alla Regione entro il 31 gennaio di ciascun anno i dati relativi all'anno precedente concernenti il settore, articolati per tipologia, collocazione, superficie, merceologie, secondo le indicazioni stabilite dalla Regione;
 - b) le Province elaborano i dati comunali con riferimento ai bacini sovracomunali di cui al comma 6 dell'art. 3 li trasmettono alla Regione entro il 30 aprile di ogni anno, secondo le indicazioni stabilite dalla Regione medesima.

Articolo 0015

Disposizioni procedurali ed organizzative

1. La Giunta regionale, entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, approva:
- a) le modalità di organizzazione, la durata e le materie dei corsi professionali di cui ai commi 7 e 9 dell'art. 5 del D. Lgs. n. 114 del 1998, ai sensi dell'art. 13 della L.R. 24 luglio 1979, n. 19;
 - b) le modalità di effettuazione delle vendite di liquidazione e di fine stagione, ai sensi del comma 6 dell'art. 15 del D. Lgs. n. 114 del 1998;
 - c) le modalità di autorizzazione dei centri di assistenza tecnica alle imprese commerciali di cui all'art. 23 del D. Lgs. n. 114 del 1998.
2. Ai fini della lettera b) del comma 1 si intendono:
- a) per vendite di liquidazione quelle effettuate al fine di vendere in breve tempo tutte le merci, presentando al consumatore l'acquisto come occasione particolarmente favorevole a seguito di cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento di sede dell'azienda, trasformazione o rinnovo dei locali;
 - b) per vendite di fine stagione quelle che riguardano prodotti di carattere stagionale o di moda che non vengono venduti durante una determinata stagione, ovvero entro un breve periodo di tempo.
3. La Regione autorizza, in attuazione della lettera c) del comma 1, i centri di assistenza tecnica alle imprese commerciali, costituiti, anche in forma consortile, dalle Organizzazioni di categoria degli operatori commerciali maggiormente rappresentative a livello provinciale o regionale ed eventualmente da altri soggetti interessati. Ai fini dell'autorizzazione regionale, i Centri di assistenza devono svolgere le attività di cui al comma 2 dell'art. 23 del D. Lgs. n. 114 del 1998 anche a favore di imprese non associate alle organizzazioni di categoria. La Regione riconosce prioritariamente i Centri di assistenza tecnica costituiti anche in forma consortile, dalle organizzazioni di categoria degli operatori commerciali.

4. Nell'affidamento della gestione dei corsi professionali di cui alla lettera a) del comma 5 dell'art. 5 del D. Lgs. n. 114 del 1998 si tiene conto della priorità tra gli enti di cui al comma 7 di detto articolo, di quelli costituiti dalle Organizzazioni Imprenditoriali del commercio più rappresentative.

Articolo 0016

Comuni ad economia prevalentemente turistica e città d'arte

1. La Giunta regionale individua i Comuni ad economia prevalentemente turistica e le città d'arte da sottoporre alla disciplina dell'art. 12 del D. Lgs. n. 114 del 1998 prevedendo, di norma, che detta disciplina si applichi alle sole parti del territorio comunale in cui tali caratteristiche appaiono effettivamente rilevanti e per i periodi del maggiore afflusso turistico.

2. L'attuazione del comma 1 avviene su proposta motivata del Comune che indica le parti del territorio comunale interessate e i relativi periodi. Detta proposta è avanzata previa concertazione con le associazioni imprenditoriali, sindacali e dei consumatori. Decorsi tre mesi dall'inizio del procedimento di concertazione, il Comune può comunque prescindere.

Articolo 0017

Misure per lo sviluppo del commercio elettronico

1. La Regione attua, nell'ambito degli interventi di cui all'art. 11 della L.R. 10 dicembre 1997, n. 41 e di cui alla L.R. 7 dicembre 1992 n. 45, iniziative a sostegno dell'introduzione e dello sviluppo del commercio elettronico al fine di:

- a) sostenere una crescita equilibrata del mercato elettronico;
- b) tutelare gli interessi dei consumatori;
- c) promuovere lo sviluppo di campagne di informazione ed apprendimento per operatori del settore, operatori del servizio e per i consumatori;
- d) predisporre azioni specifiche finalizzate a migliorare la cooperazione e la competitività delle piccole imprese del commercio attraverso l'utilizzo del commercio elettronico;
- e) favorire l'uso di strumenti e tecniche di gestione di qualità volte a garantire l'affidabilità degli operatori e ad accrescere la fiducia del consumatore.

2. La Regione coordina i propri interventi con le iniziative promosse in sede nazionale dal Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato per lo sviluppo del commercio elettronico.

Articolo 0018

Modifiche alla L.R. n. 41 del 1997

1. La lettera g) del comma 1 dell'art. 5 della L.R. 10 dicembre 1997, n. 41, è sostituita dalla seguente:

“g) i centri di assistenza tecnica di cui all'art. 23”

2. All'art. 11 della L.R. 10 dicembre 1997 n. 41, è aggiunto il seguente comma:

“3. Nella concessione dei contributi per le attività di cui al presente articolo hanno priorità gli interventi proposti dai soggetti di cui alla lettera g) dell'art. 5”.

3. Alla lettera a) del comma 3 dell'art. 3 della L.R. 10 dicembre 1997, n. 41 sono aggiunte le seguenti parole:

“con particolare riferimento ai progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane”.

4. Al comma 3 dell'art. 3 della L.R. 10 dicembre 1997, n. 41 sono aggiunte le seguenti lettere:

“h) progetti riguardanti l'insediamento e lo sviluppo di esercizi commerciali polifunzionali;

i) misure per lo sviluppo del commercio elettronico”.

Articolo 0019

Norme di prima attuazione

1. Le domande di rilascio delle autorizzazioni per l'ampliamento, il trasferimento e l'apertura delle grandi strutture di vendita sono esaminate dalla Conferenza dei servizi, di cui all'art. 9 del D. Lgs. n. 114 del 1998, successivamente all'adeguamento degli strumenti urbanistici e attuativi comunali, ai sensi degli artt. 6 e 7 della presente legge.
2. L'esame delle domande per l'apertura di grandi strutture di vendita presentate alla Regione prima del 24 aprile 1998 è prioritario rispetto all'esame delle domande presentate successivamente all'emanazione delle disposizioni di cui all'art. 6 del D. Lgs. n. 114 del 1998. In particolare, verranno esaminate nell'ordine:
 - a) le domande corredate a norma trasmesse dal Comune alla Regione per il rilascio del nulla osta dopo il 16 gennaio 1998 e fino al 24 aprile 1998;
 - b) le restanti domande presentate al Comune e trasmesse alla Regione entro il 24 aprile 1998.
3. Ai fini di cui al comma 2 la Regione trasmette alle amministrazioni comunali competenti, entro trenta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, dette domande con indicazione della relativa data di ricevimento da parte della Regione, nonché la documentazione presentata a corredo di ogni domanda. Il Comune assegna al richiedente un termine non inferiore a sessanta e non superiore a novanta giorni, a pena di decadenza, per adeguare la domanda, ove necessario, alle disposizioni della presente legge.
4. La Conferenza prevista dall'art. 7 individua gli ambiti di cui alla lettera b) del comma 3 del medesimo articolo, esaminando prioritariamente le aree su cui insistono le domande di cui al comma 2.

Articolo 0020

Dichiarazione d'urgenza

1. La presente legge è dichiarata urgente ai sensi e per gli effetti dell'art. 127 della Costituzione e dell'art. 31 dello Statuto regionale. Essa entra in vigore il giorno successivo alla data della sua pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.

ALLEGATO 2

**Delibera del Consiglio regionale Emilia-Romagna
23 settembre 1999 n. 1253**

Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa, in applicazione dell'art. 4 della L.R. 5 luglio 1999, n. 14 (proposta della giunta regionale in data 7 settembre 1999, n. 1604)

Il Consiglio della Regione Emilia-Romagna

Richiamata la deliberazione progr. n. 1604 del 7 settembre 1999, con cui la Giunta regionale ha assunto l'iniziativa per l'individuazione dei criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa, in applicazione dell'art. 4 della L.R. 5 luglio 1999, n. 14;

Preso atto delle modifiche ed integrazioni apportate sulla predetta proposta dalla Commissione consiliare "Attività produttive", in sede preparatoria e referente al Consiglio regionale, giusta nota prot. n. 10854 in data 16 settembre 1999, nonché delle modificazioni apportate in sede di discussione consiliare;

Visto il D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 recante la riforma della disciplina relativa al settore del commercio;

Vista la L.R. 5 luglio 1999, n. 14 "Norme per la disciplina del commercio in sede fissa in attuazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114" ed in particolare il comma 2 dell'art. 3 ove, si stabilisce che il Consiglio regionale adotta, entro 60 giorni dall'entrata in vigore della medesima, un atto contenente i criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti al settore commerciale, sulla base degli indirizzi generali fissati all'art. 2 e le disposizioni per i Comuni e le Province di cui all'art. 4 della legge medesima;

Rilevato che l'art. 4 della summenzionata L.R. 14/99 stabilisce che i criteri regionali di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti al settore commerciale debbono contenere:

- a) le definizioni delle tipologie che costituiscono specificazione dell'art. 4 del D.Lgs. n. 114 del 1998, eventualmente suddivise per le categorie merceologiche di cui al comma 1 dell'art. 5 di detto decreto e per tipologie dimensionali;
- b) l'articolazione degli indirizzi per l'insediamento delle attività commerciali riferite ai diversi ambiti territoriali previsti dal comma 3 dell'art. 6 del D.Lgs. n. 114 del 1998, ivi compresi gli indirizzi per l'insediamento degli esercizi di vicinato;
- c) gli indirizzi ai fini dell'individuazione delle aree da destinare agli insediamenti commerciali;
- d) le condizioni e i criteri cui i Comuni e le Province devono attenersi per l'individuazione, attraverso gli strumenti urbanistici, delle aree idonee per la localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita;
- e) i requisiti urbanistici, in termini di accessibilità veicolare e pedonale anche per portatori di handicap, di dotazione di standard e parcheggi pertinenziali delle diverse tipologie di strutture di vendita;
- f) i criteri per incentivare l'ammodernamento e la qualificazione delle strutture di vendita esistenti.

Vista la deliberazione della Giunta regionale n. 2856 del 30 dicembre 1998, con la quale si è provveduto ad affidare un incarico alla società Tecnicoop Sc.arl per l'elaborazione di documenti inerenti gli adempimenti previsti dagli artt. 6 e 10 del D.Lgs. 114/98;

Vista altresì la determinazione della Direzione generale alla Presidenza della Giunta n. 2106 del 23 marzo 1999, con la quale è stato costituito un gruppo di lavoro a carattere interdisciplinare per la predisposizione di proposte per gli adempimenti previsti dal DLgs 114/98;

Esaminata la proposta dei "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa, in applicazione dell'art. 4 della L.R. 14/99", elaborati dal Servizio regionale competente, con la collaborazione della società Tecnicoop e del gruppo di lavoro interdisciplinare surrichiamato;

Sentite, in appositi incontri, le rappresentanze degli Enti locali, delle associazioni d'impresa, delle organizzazioni sindacali e delle associazioni dei consumatori, ai sensi di quanto stabilito ai commi 3 e 4 dell'art. 1 della L.R. 14/99;

Ritenuto pertanto di dover procedere all'approvazione nei termini fissati dalla summenzionata L.R. 14/99, della suddetta proposta di criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa;

previa votazione palese, a maggioranza dei presenti

delibera

di approvare i "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa, in applicazione dell'art. 4 della L.R. 5 luglio 1999, n. 14" allegati alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale.

Criteria di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa in applicazione dell'art. 4 della L.R. 5 luglio 1999, n. 14 "Norme per la disciplina del commercio in sede fissa in attuazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114".

INDICE

1. CRITERI PER LA DEFINIZIONE DELLA SUPERFICIE DI VENDITA E DELLE TIPOLOGIE DI ESERCIZI COMMERCIALI - ART. 4, LETT. A), L.R. 14/99
2. ARTICOLAZIONE DEGLI INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI - L.R. 14/99, ART. 4, LETT. B)
 - 2.1 INDIRIZZI PER LA DEFINIZIONE DEGLI AMBITI DELLA PROGRAMMAZIONE DEGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI
 - 2.2 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI RIFERITI AI DIVERSI AMBITI TERRITORIALI
3. INDIRIZZI IN MATERIA DI URBANISTICA AI FINI DELL'INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DA DESTINARE AGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI IN SEDE FISSA IN RELAZIONE ALLE DIVERSE TIPOLOGIE DI STRUTTURE - L.R. 14/99, ART. 4, LETT. C)
 - 3.1 INDIRIZZI GENERALI
 - 3.2 METODOLOGIA PER GLI ADEMPIMENTI DEI COMUNI
4. CONDIZIONI E CRITERI CUI I COMUNI E LE PROVINCE DEVONO ATTENERSI PER L'INDIVIDUAZIONE, ATTRAVERSO GLI STRUMENTI URBANISTICI, DELLE AREE IDONEE PER LA LOCALIZZAZIONE DI STRUTTURE DI VENDITA - L.R. 14/99, ART. 4, LETTERE C) E D)
 - 4.1 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DEGLI ESERCIZI DI VICINATO
 - 4.2 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA
 - 4.3 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA
5. REQUISITI URBANISTICI PER LA REALIZZAZIONE DELLE STRUTTURE COMMERCIALI
 - 5.1 STANDARD URBANISTICI, CRITERI PER INCENTIVARE L'AMMODERNAMENTO E LA RIQUALIFICAZIONE DELLE STRUTTURE DI VENDITA ESISTENTI - L.R. 14/99, ART. 4, LETTERE E) ED F)
 - 5.2 DOTAZIONI DI PARCHEGGI PERTINENZIALI E DI AREE PER IL CARICO E SCARICO MERCI
 - 5.3 ACCESSIBILITÀ

1. CRITERI PER LA DEFINIZIONE DELLA SUPERFICIE DI VENDITA E DELLE TIPOLOGIE DI ESERCIZI COMMERCIALI - ART. 4, LETT. A), L.R. 14/99
 - 1.1 I Comuni e le Province, nei propri strumenti di pianificazione e nei regolamenti, articolano le indicazioni e le norme relative alle attività di commercio al dettaglio in sede fissa con riferimento alle tipologie di esercizi commerciali e ai due settori merceologici definiti nel D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, nonché alle specificazioni definite nel presente provvedimento.
 - 1.2 I due settori merceologici sono i seguenti:
 - a) vendita di prodotti alimentari,
 - b) vendita di prodotti non alimentari.
 - 1.3 Le tipologie fondamentali di esercizi commerciali, in termini di classi dimensionali, sono le seguenti:
 - a) esercizi di vicinato: gli esercizi di piccola dimensione aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore ai 10.000 abitanti e a 250 mq. nei comuni con popolazione residente superiore ai 10.000 abitanti;
 - b) medie strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
 - c) grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie di vendita superiore ai limiti definiti per le medie strutture di vendita.
 - 1.4 I Comuni articolano, ai fini dell'adeguamento dei propri strumenti urbanistici generali ed attuativi, le norme relative alle medie e grandi strutture di vendita di cui al precedente punto 1.3 in relazione ai due settori merceologici e alla seguente ulteriore specificazione in classi dimensionali:
 - a) medio-piccole strutture di vendita: gli esercizi e i centri commerciali così come definiti nel D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 aventi superficie di vendita superiore ai limiti degli esercizi di vicinato e fino a 800 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
 - b) medio-grandi strutture di vendita: gli esercizi e i centri commerciali aventi superficie di vendita superiore a 800 mq. fino a 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e gli esercizi e centri commerciali aventi superficie di vendita superiore a 1.500 mq. fino a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;
 - c) grandi strutture di vendita di livello superiore: le grandi strutture di vendita alimentari di almeno 4.500 mq. di superficie di vendita e le grandi strutture non alimentari di almeno 10.000 mq. di superficie di vendita.

Al fine dell'applicazione degli standard, nel caso di esercizi che vendono prodotti alimentari e non alimentari, si applicano le norme riferite agli esercizi del settore alimentare, salvo che la superficie di vendita riservata al settore alimentare risulti inferiore al 3% di quella complessiva.
 - 1.5 Per popolazione residente si intende quella risultante dal dato anagrafico riferito al 31 dicembre dell'anno precedente.
 - 1.6 Per superficie di vendita di un esercizio commerciale si intende, ai sensi dell'art 4 del D.Lgs. 114/98, la misura dell'area o delle aree destinate alla vendita, comprese quelle occupate da banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita.

Non costituisce superficie di vendita quella dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici e altri servizi per i quali non è previsto l'ingresso dei clienti, nonché gli spazi di "avancassa", purché non adibiti all'esposizione di merci.
 - 1.7 Si definisce centro commerciale una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di

infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. I centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.). Nell'ambito dei centri commerciali si definiscono:

- centri commerciali di vicinato quelli nei quali gli esercizi, considerati singolarmente, rientrano nella dimensione degli esercizi di vicinato, salvo l'eventuale presenza di una medio-piccola struttura;
- centri commerciali d'attrazione gli altri, suddivisi in:
 - attrazione di livello superiore se comprensivi di grandi strutture alimentari di livello superiore, di cui al punto 1.3, lettera c), e comunque di medie o grandi strutture alimentari le cui superfici di vendita complessivamente superano i 4.500 mq. o di grandi strutture non alimentari di livello superiore, di cui al punto 1.3, lettera c) e comunque di medie o grandi strutture non alimentari le cui superfici di vendita superino complessivamente i 10.000 mq.;
 - attrazione di livello inferiore se comprensivi di medie strutture e/o di grandi strutture le cui superfici risultano complessivamente inferiori ai limiti di 4.500 mq. di superficie di vendita per le strutture alimentari e di 10.000 mq. per le strutture non alimentari e con superficie territoriale non superiore a 5 ettari.

Per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

Per quanto riguarda le norme sulle procedure autorizzative, i centri commerciali sono equiparati a singoli esercizi aventi una superficie di vendita pari alla loro superficie di vendita complessiva; analoga equiparazione è stabilita per quanto riguarda gli indirizzi, direttive e requisiti urbanistici, salvo diverse specifiche disposizioni contenute nei punti successivi.

Non costituisce centro commerciale un'aggregazione di esercizi di vendita nell'ambito di una o più unità edilizie destinate anche ad altre funzioni non commerciali, costituita da più esercizi di vicinato, eventualmente con la presenza anche di medio-piccole strutture di vendita e da esercizi paracommerciali e ricreativi con accessi separati, ancorché collocati in contenitori contigui e caratterizzati da attrattività unitaria per gli utenti.

Per tali aggregazioni, definibili "complessi commerciali di vicinato" o "gallerie commerciali di vicinato" non si considera la superficie di vendita complessiva: sia le procedure autorizzative, sia gli indirizzi, direttive e requisiti urbanistici di cui ai punti successivi, si applicano con riferimento ai singoli esercizi.

- 1.8 Negli strumenti urbanistici e ai fini dei presenti indirizzi, si definisce area commerciale integrata un'area di norma interessante almeno due ettari di superficie territoriale, specialmente dedicata al commercio, all'interno della quale esista o venga progettata una pluralità di edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari. L'area commerciale integrata deve comprendere più strutture di medie e/o grandi dimensioni. Essa è configurabile come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti e dotata di servizi esterni comuni (quali parcheggi, percorsi pedonali, parchi gioco per ragazzi e simili), ma costituita da più unità edilizie autonome realizzate o da realizzarsi anche in tempi diversi. Dal punto di vista della collocazione urbanistica, dell'organizzazione insediativa, dell'accessibilità e degli effetti sul territorio, queste zone sono da considerare unitariamente nell'ambito di un piano urbanistico attuativo; viceversa, le procedure autorizzative, nonché le dotazioni pertinenti di cui al successivo punto 5.2.4, saranno riferite agli interventi realizzativi delle singole unità edilizie.

Il livello dell'area commerciale integrata è definito dalla presenza o meno di singole grandi strutture di livello superiore, così come sopra definite al punto 1.4 lettera c) o dalla superficie territoriale totale.

Si definisce di livello superiore l'area commerciale integrata che comprende più strutture di cui almeno una grande struttura di livello superiore alimentare o non alimentare e comunque qualora superi la superficie territoriale di 5 ettari. Tali aree sono definite poli funzionali in quanto costituite da parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale e a forte attrattività e pertanto sottoposte alle procedure di programmazione e di intervento individuate

nella normativa regionale in materia di pianificazione territoriale e di programmazione urbanistica.

2. ARTICOLAZIONE DEGLI INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI - L.R. 14/99, ART. 4, LETT. B)

2.1 Indirizzi per la definizione degli ambiti della programmazione degli insediamenti commerciali

2.1.1 Al fine di realizzare la pianificazione territoriale urbanistica degli insediamenti delle attività commerciali, come stabilito agli artt. 5 e 6 della L.R. 14/99, nonché di procedere alle valutazioni previste dall'art. 7 della medesima, le Province e i Comuni tengono conto delle caratteristiche dei diversi ambiti territoriali come definiti dalla normativa regionale di pianificazione territoriale ed urbanistica e dagli strumenti urbanistici comunali con riferimento alle tendenze evolutive socio-economiche, insediative e dell'assetto strutturale della rete distributiva.

In particolare, i Piani territoriali di coordinamento provinciale (PTCP) - e, in fase di prima attuazione, la Conferenza dei Servizi di cui all'art. 7 della L.R. 14/99 - provvedono alla individuazione delle aree metropolitane omogenee, come successivamente definite al punto 2.2.4 e delle aree sovracomunali di cui alle lettere a) e b) del comma 3 dell'art. 6 del D.Lgs. 114/98 e delle aree montane, rurali e di minore consistenza demografica di cui all'art. 9 della L.R. 14/99.

2.1.2 Le Province o la Conferenza dei Servizi, in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.R. 14/99, per l'individuazione degli ambiti territoriali sovracomunali rilevanti ai fini della programmazione commerciale, tengono conto in primo luogo dell'assetto e della gerarchizzazione del sistema insediativo e delle aree sovracomunali di gravitazione determinate dall'assetto delle reti dei servizi e delle reti infrastrutturali; a questo riguardo costituisce riferimento la definizione delle "città regionali" e dei "centri ordinatori" come definiti dal Piano territoriale regionale e dai Piani territoriali di coordinamento provinciale vigenti. In secondo luogo tengono conto di eventuali specifiche connotazioni delle gravitazioni commerciali evidenziate da analisi sulla mobilità e sulle abitudini di acquisto.

2.1.3 Le Province, con i PTCP o la Conferenza dei servizi, in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.R. 14/99, articolano le proprie previsioni individuando di norma:

- a) gli eventuali ambiti territoriali idonei alla collocazione delle aree che costituiscono parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale, ovvero i poli funzionali programmati in relazione alla capacità di sopportare forte attrazione di mobilità, idonei alla localizzazione di centri commerciali di livello superiore, come definiti al punto 1.7 e di aree commerciali integrate di livello superiore, come definite al punto 1.8;
- b) le aree sovracomunali configurabili come bacino di utenza per gli insediamenti commerciali e per le eventuali restanti grandi strutture di vendita, centri commerciali e aree commerciali integrate, considerando l'intero territorio provinciale e individuando in prima approssimazione, un bacino di utenza per ciascuno dei centri urbani riconosciuti come "città regionali" o "centri ordinatori";
- c) eventuali sub-partizioni delle aree sovracomunali di cui alla lettera precedente, qualora, in relazione alle caratteristiche orografiche e infrastrutturali del territorio, si configurino come specifici bacini di utenza per strutture di vendita di medio-grandi dimensioni, di cui al precedente punto 1.4, che sono di più limitata attrazione sovracomunale.

Le delibere della Conferenza dei servizi contenenti le suddette individuazioni sono inviate alla Regione per conoscenza.

2.2 INDIRIZZI PER L'INSEDIAMENTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI RIFERITI AI DIVERSI AMBITI TERRITORIALI

2.2.1 Nel definire le scelte di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale, i Comuni e le Province perseguono gli obiettivi specifici di miglioramento della qualità urbana e del servizio commerciale e si attengono agli indirizzi volti a conseguire un razionale ed equilibrato assetto della rete distributiva, definiti nei commi successivi con riferimento ai diversi ambiti territoriali.

2.2.2 Nelle aree urbane centrali di consolidata presenza commerciale, considerate componente qualificante del sistema insediativo policentrico regionale, l'obiettivo specifico consiste nel consolidamento e qualificazione della capacità attrattiva, della funzione aggregativa e sociale e della vivibilità dell'area.

Per conseguire tale obiettivo si reputa necessario porre in essere le seguenti azioni:

- a) incentivare processi di qualificazione di area volti a migliorare la vivibilità dei luoghi di aggregazione e l'efficacia dell'attività delle imprese;
- b) programmare lo sviluppo e la qualificazione del piccolo commercio di vicinato alimentare e non alimentare puntando a potenziarne l'integrazione e la concentrazione, favorendo la continuità della presenza di vetrine commerciali e di attività di servizio lungo i fronti delle strade commerciali, anche attraverso apposite normative urbanistiche di controllo dei cambi d'uso;
- c) potenziare la gamma dei servizi culturali, artigianali, di ritrovo, ristoro e svago, quali ulteriori componenti dell'attrattività dell'area;
- d) qualificare la presenza del commercio su aree pubbliche;
- e) prevedere l'inserimento di medie strutture, centri commerciali di vicinato e complessi commerciali di vicinato di norma nell'ambito di programmi di riqualificazione urbana o altri piani urbanistici attuativi o attraverso progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.R. 14/99, secondo modalità e in localizzazioni che siano sinergiche con la rete preesistente;
- f) favorire l'accessibilità dell'area con i mezzi pubblici e comunque secondo modalità compatibili con la struttura insediativa;
- g) nei centri storici e nelle aree urbane centrali può essere previsto di norma l'insediamento di centri commerciali di vicinato o di complessi commerciali di vicinato evitando l'insediamento di grandi strutture di vendita di livello superiore e centri commerciali d'attrazione.

I Comuni individuano le aree urbane centrali considerando in esse le aree urbane caratterizzate da una elevata e radicata compresenza di funzioni.

In esse vanno comprese, oltre al centro storico, le fasce urbane di "prima periferia", contraddistinte da assetti insediativi ad alta densità, ma carenti di adeguate infrastrutture di supporto.

2.2.3 Nelle aree di consolidata presenza commerciale nella periferia urbana, considerate come risorsa indispensabile per il miglioramento della vita sociale dei quartieri e per la prevenzione dei fenomeni di degrado, l'obiettivo specifico consiste nella qualificazione e nel potenziamento degli assi commerciali e dei nuclei di servizio esistenti.

Per conseguire tale obiettivo, si reputa necessario porre in essere le seguenti azioni:

- a) integrare e completare la gamma dei servizi lungo gli assi commerciali esistenti;
- b) prevedere la presenza di medie strutture di vendita e di complessi commerciali di vicinato, come definiti al punto 1.7, privilegiando le azioni di razionalizzazione di medie strutture di vendita esistenti e dei complessi commerciali di vicinato e favorendo operazioni di ammodernamento delle strutture esistenti;
- c) prevedere nuovi insediamenti privilegiando le operazioni di riqualificazione urbana o di riconversione di insediamenti dismessi anche per l'incremento e diversificazione dell'offerta commerciale, laddove ciò possa avere effetti sinergici di rafforzamento di assi o nuclei commerciali preesistenti;
- d) migliorare l'assetto e l'arredo di piazze, slarghi, isole pedonali, ovvero creare nuove aree qualificate di aggregazione urbana e per il commercio su aree pubbliche.

2.2.4 Negli ambiti territoriali sovracomunali di cui al punto 2.1.2, nonché negli ambiti periurbani delle aree metropolitane, intese come sistemi urbani complessi sovracomunali, caratterizzati da fenomeni di diffusione urbana, considerati come componenti della città vasta e configurabili, con riferimento alle grandi strutture di commercio, come un unico bacino di utenza, fatte salve le aree di cui ai precedenti punti 2.2.2 e 2.2.3, l'obiettivo specifico consiste nella programmazione integrata della rete distributiva e nella razionalizzazione della presenza e delle possibilità di insediamento delle strutture di vendita medio-grandi e grandi, avendo come riferimento le abitudini di consumo della popolazione, l'equilibrio dell'assetto territoriale e la limitazione degli impatti socio-economici e ambientali.

Per conseguire tale obiettivo si reputa necessario porre in essere le seguenti azioni:

- a) armonizzare ed eventualmente integrare la presenza di grandi strutture commerciali;
- b) razionalizzare l'accessibilità nelle aree ove si sono insediate grandi strutture commerciali;
- c) favorire la concentrazione delle grandi e medie strutture in aree commerciali integrate collocate in prossimità dei nodi infrastrutturali che garantiscano la massima accessibilità;
- d) prevedere nuove aree per il commercio di vicinato e per medie e grandi strutture in connessione con le nuove previsioni insediative e con specifiche tendenze alla crescita demografica;
- e) escludere possibilità insediative per medie e grandi strutture di commercio poco vocate dal punto di vista dell'accessibilità.

2.2.5 Nei centri di minore consistenza demografica, in particolare della montagna e della pianura distanti dai maggiori poli dei servizi, considerati come rete insediativa diffusa con essenziali funzioni di presidio e valorizzazione del territorio, l'obiettivo specifico consiste nel mantenimento di nuclei di servizio integrati e, ove occorra, nella creazione di esercizi commerciali polifunzionali.

Per conseguire tale obiettivo si reputa necessario porre in essere le seguenti azioni:

- a) favorire la persistenza e il consolidamento dei nuclei di servizio, inserendo nuove opportunità urbanistiche volte alla qualificazione della presenza del commercio;
- b) nei casi di effettivo pericolo di desertificazione della rete, prevedere espressamente spazi e modalità per la formazione di esercizi commerciali polifunzionali, eventualmente comprendenti anche servizi di pubblica utilità;
- c) qualificare gli spazi per l'aggregazione urbana, valorizzando anche le aree per il commercio su aree pubbliche.

2.2.6 In tutti gli ambiti territoriali si persegue inoltre l'obiettivo del contenimento dell'uso urbano del territorio, privilegiando l'insediamento delle strutture di vendita in aree già utilizzate per funzioni urbane rispetto all'urbanizzazione di nuove aree.

3. INDIRIZZI IN MATERIA DI URBANISTICA AI FINI DELL'INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DA DESTINARE AGLI INSEDIAMENTI COMMERCIALI IN SEDE FISSA IN RELAZIONE ALLE DIVERSE TIPOLOGIE DI STRUTTURE - L.R. 14/99, ART. 4, LETT. C)

3.1 Indirizzi generali

3.1.1 I Comuni e le Province, nel determinare le scelte di pianificazione territoriale e urbanistica riferiti al settore commerciale, valutano lo stato di fatto della rete e delle potenzialità urbanistiche per il commercio, con riferimento alle aree urbane consolidate, alle aree da riqualificare, alle aree per nuovi insediamenti e alle aree specialistiche.

3.1.2 La Conferenza dei Servizi convocata dalla Provincia, nella fase di prima attuazione e i PTCP, nella fase a regime, secondo quanto previsto dagli artt. 5 e 7 della L.R. 14/99, provvedono a valutare e ad individuare le aree che costituiscono parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale caratterizzate da forte attrattività

idonee a localizzare aree commerciali integrate e con la previsione di dotazioni strutturali che consentano la sostenibilità del carico urbanistico.

3.2 Metodologia per gli adempimenti dei Comuni

- 3.2.1 I Comuni, entro sei mesi dall'emanazione dei presenti criteri, valutano la conformità dei propri strumenti urbanistici generali e attuativi ai medesimi, ai sensi di quanto stabilito dall'art. 6 della L.R. 14/99.
- 3.2.2 Le indicazioni metodologiche per le operazioni da compiersi da parte dei Comuni sono le seguenti:
- a) un'analisi della rete commerciale in essere, costituita quanto meno dalla localizzazione e consistenza di ciascuna media o grande struttura di vendita e dalla localizzazione delle aree o assi o fronti ove si concentra il commercio di vicinato;
 - b) la valutazione del dimensionamento, anche in termini di raffronto con i dati disponibili a livello provinciale e regionale, in riferimento: alla popolazione residente e/o gravitante, alle scelte urbanistiche generali del Comune in materia di sviluppo insediativo e alle tendenze socio-demografiche, con particolare riferimento alle esigenze che emergono dalle mutazioni della struttura familiare e delle classi di età della popolazione;
 - c) una valutazione dell'efficacia della dislocazione attuale della rete delle strutture di vendita rispetto all'accessibilità (veicolare, ciclabile, pedonale, con i mezzi pubblici) da parte dell'utenza, ivi compresi i portatori di handicap;
 - d) un'analisi delle previsioni del PRG vigente, consistente nella mappatura delle possibilità di insediamento di strutture commerciali e delle relative condizioni normative e requisiti di insediamento;
 - e) la individuazione delle aree urbane centrali di cui al punto 2.2.2;
 - f) la formulazione degli orientamenti dell'Amministrazione riguardo all'evoluzione della rete stessa nelle diverse parti del territorio, con particolare riferimento alle aree commerciali consolidate, agli esercizi di vicinato, alle possibilità di insediamento di medie strutture di vendita e alle eventuali aree suscettibili di ospitare grandi strutture di vendita;
 - g) la riformulazione delle norme dello strumento urbanistico generale riguardanti i tipi d'uso commerciali e relativi standard e requisiti di insediamento, per adeguarla alla casistica di tipologie, di merceologie, di forme di aggregazione di cui al punto 1 e agli indirizzi, direttive e requisiti di insediamento previsti nei restanti punti del presente provvedimento;
 - h) la riformulazione delle norme urbanistiche relative alle zone di possibile insediamento di attività commerciali per adeguarle agli orientamenti dell'Amministrazione di cui alla precedente lettera f) e agli indirizzi, direttive e requisiti del presente provvedimento;
 - i) l'eventuale individuazione di nuove opportunità urbanistiche ove ammettere l'insediamento delle diverse tipologie di attività commerciali.
- 3.2.3 In linea di indirizzo, nello strumento urbanistico generale, il commercio di vicinato sarà considerato una delle destinazioni d'uso ammesse, insieme ad altre, nelle zone prevalentemente residenziali e miste e, in particolare, negli ambiti urbani consolidati e negli ambiti da riqualificare; le medie strutture, in particolare le medio-piccole, saranno di norma una delle destinazioni ammesse nelle zone urbane a carattere misto, consolidate o da riqualificare, ma possono anche essere individuate in zone per nuovi insediamenti e in zone specialistiche, ovvero nei poli funzionali. Le grandi strutture di vendita saranno di norma collocate o realizzabili nei poli funzionali di tipo specialistico.
- 3.2.4 In particolare le grandi strutture di vendita di livello superiore, di cui al punto 1.4, lettera c), i centri commerciali di livello superiore, di cui al punto 1.7 e le aree commerciali integrate con superficie territoriale superiore a 5 ettari devono sempre essere collocate in zone specialistiche ovvero in poli funzionali.

- 3.2.5 Qualora i Comuni ritengano di procedere ai sensi del comma 2 dell'art. 6 della L.R. 14/99 adottano i provvedimenti prescelti in variante allo strumento urbanistico generale vigente per introdurre le modifiche normative ed eventualmente cartografiche necessarie. La relazione illustrativa del o dei provvedimenti comprende i contenuti di cui alle lettere a), b), c), d), e), f), del precedente comma 3.2.2.
- 3.2.6 Qualora il Comune ritenga di procedere ai sensi del comma 3 dell'art. 6 della L.R. 14/99 è tenuto a predisporre, ai fini della preparazione della Conferenza dei Servizi di cui all'art. 7 della medesima legge:
- una relazione illustrativa con i medesimi contenuti di cui sopra;
 - il testo delle modifiche o integrazioni alla normativa dello strumento urbanistico proposto alla Conferenza.
- 3.2.7 I Comuni, ai sensi di quanto fissato al comma 5 dell'art. 6 del D.Lgs. 114/98, entro 6 mesi dall'emanazione dei presenti criteri, adottano inoltre:
- a) una delibera che, sulla base degli indirizzi generali di cui all'art. 2 della L.R. 14/99, e dei presenti criteri, fissa i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento di medie strutture di vendita, secondo le metodologie di cui al punto 3.2. I Comuni dovranno procedere ad una verifica periodica degli standard di servizio raggiunto dalla rete distributiva;
 - b) le modifiche regolamentari per introdurre le norme sul procedimento per il rilascio dell'autorizzazione all'apertura, al trasferimento o all'ampliamento di medie strutture di vendita.
- I Comuni, inoltre, ai sensi degli artt. 8 e 10 della L.R. 14/99, adottano, entro lo stesso termine e in fase di prima applicazione, appositi atti contenenti:
- a) l'individuazione delle aree in cui promuovere i progetti di valorizzazione commerciale, anche ai sensi di quanto specificatamente previsto al comma 9 dell'art. 8;
 - b) la perimetrazione e regolamentazione di specifiche aree o complessi di immobili in centri storici;
 - c) la classificazione delle botteghe storiche.
4. CONDIZIONI E CRITERI CUI I COMUNI E LE PROVINCE DEVONO ATTENERSI PER L'INDIVIDUAZIONE, ATTRAVERSO GLI STRUMENTI URBANISTICI, DELLE AREE IDONEE PER LA LOCALIZZAZIONE DI STRUTTURE DI VENDITA - L.R. 14/99, ART. 4, LETTERE C) E D)
- 4.1 Indirizzi per l'insediamento degli esercizi di vicinato**
- 4.1.1 I Comuni, attraverso la propria strumentazione urbanistica, prevedono prioritariamente la possibilità di insediamento di esercizi di vicinato negli ambiti urbani a funzione residenziale o mista, come precisato al punto 3.2.3.
- 4.1.2 I Comuni non prevedono, di norma, la possibilità di insediamento di nuovi esercizi di vicinato:
- nelle aree produttive ecologicamente attrezzate ovvero nelle aree industriali di maggiore rilevanza e impatto ambientale;
 - in fregio alla viabilità urbana principale di scorrimento come definita dallo strumento urbanistico generale o dal Piano urbano del traffico (PUT) ai sensi del Codice della strada;
 - nelle zone rurali, al di fuori dei nuclei abitati.
- I Comuni possono tuttavia definire nella disciplina urbanistica condizioni di ammissibilità di nuovi esercizi di vicinato anche nelle situazioni suddette.
- 4.2 Indirizzi per l'insediamento delle medie strutture di vendita**
- 4.2.1 Nel definire la disciplina urbanistica e i criteri per il rilascio di nuove autorizzazioni per medie strutture di vendita, i Comuni privilegiano l'obiettivo primario del

rafforzamento del ruolo commerciale dei centri storici e delle aree di consolidata presenza di servizi commerciali.

4.2.2 I Comuni articolano le norme relative alle medie strutture di vendita in relazione ai due settori merceologici di cui al precedente punto 1.2 e alla specificazione in classi dimensionali contenuta nel punto 1.4.

4.2.3 I Comuni individuano nell'ambito dello strumento urbanistico generale le zone o i comparti nei quali si ritenga ammissibile ed idoneo l'insediamento di medie strutture di vendita, in coerenza con le altre scelte dello stesso dello strumento urbanistico, con le eventuali previsioni del PUT ove vigente, con le indicazioni della zonizzazione acustica di cui alla Legge 447/95, con gli obiettivi dei Programmi di riqualificazione urbana di cui alla L.R. 3 luglio 1998, n. 19, ove approvati o previsti, osservando i seguenti criteri:

- a) al fine di evitare la diffusione di esercizi isolati e di localizzazioni incongrue, non sono insediabili di norma medie strutture di vendita, fatte salve quelle eventualmente preesistenti, nel territorio extraurbano;
- b) in relazione alla zonizzazione acustica, non sono insediabili medie strutture di vendita nelle zone classificate nelle classi I e II, mentre per le altre zone acustiche dovrà essere valutata la compatibilità, ponendo specifici limiti in relazione ai caratteri della classe stessa;
- c) le nuove medie strutture di vendita sono insediabili prioritariamente:
 - nell'ambito o in contiguità di aree di consolidata presenza di servizi commerciali, con funzione di rafforzamento dell'attrattività dell'area stessa e in particolare nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.R. 14/99 specie qualora si tratti di strutture di vendita di prodotti alimentari,
 - lungo gli assi della viabilità urbana principale (di scorrimento e di quartiere), così come definita dallo strumento urbanistico generale o dal PUT;
- d) nell'individuazione delle possibilità di insediamento delle medio-grandi strutture di vendita, i Comuni sono tenuti a considerare le eventuali influenze sovracomunali, con riferimento alle aree configurabili come unico bacino di utenza, definite dalle Province ai sensi del precedente punto 2 e a valutare i possibili impatti dei nuovi insediamenti commerciali sull'ambiente, sulla mobilità e sulla rete dei servizi pubblici e privati preesistente; in particolare devono essere considerati gli effetti del traffico indotto sulla rete stradale in relazione al tipo di accessibilità previsto, alle caratteristiche geometriche delle sedi stradali e al loro stato di congestione;
- e) l'insediamento di medio-grandi strutture di vendita, di cui al precedente punto 1.4, anche qualora avvenga per cambio d'uso di edifici preesistenti, può essere consentito solo:
 - in aree già assoggettate ad un piano urbanistico attuativo;
 - previa approvazione di un piano urbanistico attuativo, anche al fine di prevedere nella convenzione gli impegni relativi alle opere di mitigazione ambientale e/o di miglioramento dell'accessibilità ritenute necessarie;
 - oppure nel caso che sia previsto nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di cui all'art. 8 della L.R. 14/99.

4.3 Indirizzi per l'insediamento delle grandi strutture di vendita

4.3.1 I Comuni e le Province, nell'adeguamento dei rispettivi strumenti di pianificazione ai sensi degli art. 5 e 6 della L.R. 14/99, si attengono ai seguenti criteri:

- a) nel definire gli ambiti territoriali, da parte delle Province, e le zone urbanistiche, da parte dei Comuni, ove sia possibile insediare nuove grandi strutture di vendita devono essere valutati i possibili impatti dei nuovi insediamenti sull'ambiente, sulla mobilità e sulla rete dei servizi pubblici e privati preesistente; in particolare, devono essere considerati gli effetti del traffico indotto sulla rete stradale in relazione al tipo di accessibilità previsto, alle caratteristiche geometriche delle sedi stradali e al loro stato di congestione, avendo riguardo al fatto che i progetti a corredo delle domande per grandi

- strutture dovranno contenere idonee simulazioni dei prevedibili flussi generati/attratti nelle ore di punta dalle strutture commerciali, al fine di verificare la compatibilità degli stessi con le densità veicolari ordinarie sulla viabilità esistente e l'efficacia delle soluzioni proposte. Le specifiche indicazioni riferite ai parametri di valutazione saranno contenute nell'atto di cui all'art. 3, comma 2, lettera b), della L.R. 14/99;
- b) l'insediamento di grandi strutture di vendita e di aree commerciali integrate, anche qualora avvenga per cambio d'uso di edifici preesistenti, può essere consentito solo:
 - in aree già assoggettate ad un piano urbanistico attuativo che contempli specificamente tale insediamento;
 - previa approvazione di un piano urbanistico attuativo preventivo, anche al fine di prevedere nella convenzione gli impegni relativi alle opere di mitigazione ambientale e/o miglioramento dell'accessibilità ritenute necessarie;
 - c) l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di livello superiore di cui al punto 1.4, lettera c), può essere previsto esclusivamente in poli funzionali, in ambiti configurabili come aree commerciali integrate di cui al precedente punto 1.8;
 - d) per l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di prodotti alimentari o centri commerciali comprendenti grandi superfici alimentari, a parità di altre condizioni sono da preferirsi le localizzazioni nelle quali è più elevata la quantità di popolazione residente rispetto al bacino d'utenza e dotate di una efficace accessibilità tale da minimizzare l'impatto sul sistema viario;
 - e) l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di prodotti non alimentari potrà essere previsto:
 - in ambiti a destinazione specialistica, o comunque in aree specificamente destinate dai piani urbanistici ad ospitare più strutture commerciali, dotate di un sistema integrato di accessi e di parcheggi;
 - in ambiti nei quali si siano formate nel tempo aggregazioni di grandi o medie strutture commerciali, anche non adeguatamente attrezzate ed integrate e nei quali l'insediamento di ulteriori strutture possa consentire e assicurare la razionalizzazione e il miglioramento del sistema di accessi e dei parcheggi;
 - in aree già insediate, nelle quali si verifichi la dismissione delle precedenti funzioni, che possano essere validamente destinate a funzioni anche commerciali.

5. REQUISITI URBANISTICI PER LA REALIZZAZIONE DELLE STRUTTURE COMMERCIALI

5.1 Standard urbanistici, criteri per incentivare l'ammodernamento e la riqualificazione delle strutture di vendita esistenti - L.R.14/99, art. 4, lettere E) ed F)

- 5.1.1 n materia di aree da cedere ad uso pubblico per standard urbanistici, fino all'approvazione di una riforma della legge regionale sulla tutela e uso del territorio, si applicano le norme della L.R. 47/78 e successive modificazioni e integrazioni, con le seguenti precisazioni:
- a) agli esercizi di vicinato e ricompresi in ambiti prevalentemente residenziali sono applicabili le norme sugli standard relative agli insediamenti residenziali;
 - b) alle medie e grandi strutture commerciali, ancorché inserite in ambiti comprendenti altre funzioni, si applicano sempre le norme specifiche sugli standard relative agli insediamenti commerciali;
 - c) nel caso di medie o grandi strutture di vendita collocate fuori o ai margini dei centri abitati in posizione tale per cui le aree da cedere ad uso pubblico non siano di fatto utilizzabili dalla popolazione residente nella zona circostante, ne siano utilizzabili come parcheggi scambiatori per l'accesso al centro urbano con mezzi collettivi, i Comuni possono stabilire nella convenzione la gestione privata delle stesse a cura del gestore della struttura commerciale.

- 5.1.2 Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione e al consolidamento della rete preesistente, i Comuni possono prevedere la "monetizzazione" parziale o totale delle dotazioni prescritte in materia di aree per parcheggi pubblici e verde pubblico, nel rispetto dei limiti e condizioni definite dalla legislazione regionale in materia, nei seguenti casi:
- a) nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane di cui all'art. 8 della L.R. 14/99, qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga prevalentemente a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri e purché gli interventi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e all'ampliamento di edifici preesistenti. Le dotazioni di cui al punto precedente sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;
 - b) nel caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata e purché non si superi con l'ampliamento il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;
 - c) nel caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali di vicinato, purché nell'ambito dei centri storici e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti.
- 5.1.3 Le risorse finanziarie in tal modo acquisite dai Comuni sono riservate al miglioramento dell'accessibilità con mezzi pubblici o piste ciclabili e al reperimento e alla realizzazione di parcheggi pubblici e verde pubblico nell'ambito del contesto urbano coinvolto dall'intervento.

5.2 Dotazioni di parcheggi pertinenziali e di aree per il carico e scarico merci

5.2.1 Parcheggi pertinenziali di uso comune: definizione e misure.

I parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni, o porzioni di aree o di costruzioni, adibiti al parcheggio di veicoli al servizio esclusivo di un determinato insediamento. Nei parcheggi pertinenziali, le dimensioni lineari del singolo posto auto, al netto degli spazi di manovra, non devono essere inferiori a m. 2,5 x 4,8.

Ai fini del rispetto della Legge 24 marzo 1989, n. 122, la superficie convenzionale di un "posto auto", comprensiva dei relativi spazi di disimpegno, si considera pari a mq. 25.

5.2.2 Localizzazione e organizzazione dei parcheggi pertinenziali di uso comune.

I parcheggi pertinenziali di un esercizio commerciale o centro commerciale devono essere di uso comune, ossia destinati a tutti i clienti. Pertanto devono essere collocati e organizzati in modo da essere accessibili liberamente e gratuitamente dai clienti stessi; possono trovarsi all'interno di recinzioni, salvo norme contrarie della disciplina urbanistica comunale, ma in tal caso le chiusure degli accessi devono essere eventualmente operanti solamente nelle ore e nei giorni in cui l'attività di cui sono pertinenza è chiusa.

I parcheggi pertinenziali sono generalmente localizzati nella stessa unità edilizia che contiene l'unità o le unità immobiliari di cui sono pertinenza; possono altresì essere localizzati anche in altra area o unità edilizia posta in un ragionevole raggio di accessibilità pedonale, purché permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale, e purché collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiede, attraversamenti segnalati) e privo di barriere architettoniche. I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area distinta dai parcheggi pubblici e dalle aree a verde pubblico di cui al precedente punto 5.1, senza sovrapposizioni.

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

Nel caso di strutture con parcheggi pertinenziali per una capienza complessiva di più di 100 posti-auto e dislocati in più gruppi di posti-auto con accessi differenziati, è prescritto l'impianto di segnalamento automatico che indirizzi gli utenti verso l'accesso più opportuno in relazione alla disponibilità di posti. In ogni caso devono essere assicurate efficaci soluzioni di accesso e adottati tutti gli accorgimenti necessari ad agevolare la fruizione dei parcheggi e l'accessibilità da questi ai punti di vendita, con particolare riferimento al superamento delle barriere architettoniche.

5.2.3 Caratteristiche tipologiche dei parcheggi pertinenziali.

I parcheggi pertinenziali possono essere realizzati in superficie e alberati, oppure in soluzioni interrato o fuori terra, anche multipiano, secondo i limiti di edificazione stabiliti dal PRG.

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

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

5.2.4 Dotazione minima di aree destinate a parcheggi pertinenziali per la clientela

Gli strumenti urbanistici comunali stabiliscono le dotazioni necessarie di parcheggi pertinenziali per la clientela, in relazione alle diverse tipologie di commercio e merceologie e in relazione alle diverse zone urbane, rispettando comunque i seguenti valori minimi:

- a) esercizi di vicinato:
va richiesta di norma la medesima dotazione, in termini quantitativi, che è richiesta per la funzione residenziale, fermo restando che si deve trattare di spazi aperti direttamente accessibili da parte della clientela;
- b) medie e grandi strutture di vendita di prodotti alimentari:
 - per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 30 mq. di superficie di vendita o frazione;
 - per esercizi da 400 fino a 800 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 18 mq. di superficie di vendita o frazione;
 - per esercizi da 800 fino a 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 13 mq. di superficie di vendita o frazione;
 - per esercizi con oltre 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 8 mq. di superficie di vendita o frazione;
- c) medie e grandi strutture di vendita di prodotti non alimentari:
 - per esercizi fino a 400 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 40 mq. di superficie di vendita o frazione;
 - per esercizi da 400 mq. fino a 800 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 25 mq. di superficie di vendita o frazione;
 - per esercizi da 800 mq. fino a 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 20 mq. di superficie di vendita o frazione;
 - per esercizi con oltre 1.500 mq. di superficie di vendita: 1 posto-auto ogni 16 mq. di superficie di vendita o frazione;
- d) centri commerciali:
la dotazione richiesta è pari a quella che risulta considerando la somma delle superfici di vendita degli esercizi per la vendita di prodotti alimentari, separatamente, la somma delle superfici di vendita degli esercizi per la vendita di prodotti non alimentari, ed applicando a tali somme le dotazioni richieste ai sensi delle precedenti lettere b) e c).

Nel caso di centri commerciali, complessi commerciali di vicinato o aree commerciali integrate, alle dotazioni richieste di parcheggi pertinenziali relativi alle attività commerciali si sommano le dotazioni relative alle altre eventuali funzioni presenti o

previste (pubblici esercizi, attività terziarie, attività ricreative, ecc.) nella misura prescritta dallo strumento urbanistico generale.

Nel caso che le diverse attività previste utilizzino i parcheggi pertinenziali in comune, in fasce orarie diverse, sono ammissibili corrispondenti riduzioni delle quantità prescritte.

5.2.5 Casi di possibile riduzione delle dotazioni.

Al fine di agevolare le iniziative tendenti all'ammodernamento, alla qualificazione e al consolidamento della rete preesistente, i Comuni possono richiedere dotazioni di parcheggi pertinenziali inferiori a quelle di cui al precedente punto 5.2.4. nei soli seguenti casi:

- a) nell'ambito di Progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane di cui all'art. 8 della L.R. 14/99, qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga in misura significativa a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri e purché gli interventi siano limitati alla ristrutturazione edilizia e al cambio d'uso. Le dotazioni di cui al precedente punto 5.2.4 sono comunque da richiedere nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione;
- b) nel caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata, e purché non si superi, con l'ampliamento, il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;
- c) nel caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali in cui non siano compresi esercizi che superano la dimensione degli esercizi di vicinato, purché nell'ambito dei centri storici e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti.

Nei suddetti casi il Comune può richiedere in alternativa la realizzazione di opere di arredo urbano o di miglioramento dell'accessibilità a piedi o con veicoli leggeri.

5.2.6 Posti per motocicli e biciclette.

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

5.2.7 Aree per il carico e lo scarico delle merci.

Le medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari e le grandi strutture di vendita devono essere dotate di un'area pertinenziale riservata alle operazioni di carico e scarico merci e al parcheggio di veicoli merci, dimensionata secondo le esigenze attese.

Per le medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari tale area deve essere delimitata rispetto alle aree di parcheggio quanto meno con un'adeguata segnaletica orizzontale e verticale.

Per le grandi strutture di vendita l'area di cui sopra deve essere delimitata con alberature e/o elementi artificiali eventualmente amovibili e deve essere raccordata con l'innesto sulla viabilità pubblica con un percorso differenziato rispetto ai percorsi dei veicoli dei clienti.

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

5.3 Accessibilità

5.3.1 Per la localizzazione di medie o grandi strutture di vendita devono essere assicurati requisiti di localizzazione e di organizzazione degli accessi tali da offrire un'efficace

accessibilità rispetto al bacino di utenza previsto e da minimizzare l'impatto della struttura sull'efficienza della rete stradale.

I requisiti di accessibilità sono così definiti:

- a) idoneità della collocazione rispetto alla gerarchia della rete viaria;
- b) efficacia della collocazione rispetto ai nodi di interscambio fra mobilità individuale e collettiva;
- c) efficienza dell'innesto fra viabilità pubblica e privata.

Per ciascun requisito sono descritti gradi diversi di prestazioni, da assicurare in relazione alla tipologia e alla dimensione della struttura di vendita. Il raggiungimento di prestazioni più elevate di quelle minime richieste costituisce elemento di priorità fra domande concorrenti ai sensi dell'art. 12 della L.R. 14/99.

5.3.2 Requisito a): collocazione rispetto alla gerarchia della rete viaria:

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione:

- a1) struttura raggiungibile direttamente da una strada con le caratteristiche delle strade di tipo A o B di cui all'art. 2 del Codice della strada o quanto meno con le caratteristiche geometriche di cui al tipo III CNR (1)
- a2) struttura con accesso diretto da strada extraurbana principale con caratteristiche geometriche quanto meno pari a quelle del tipo IV CNR
- a3) struttura accessibile da strada extraurbana con caratteristiche geometriche quanto meno pari a quelle del tipo V CNR
- a4) struttura raggiungibile direttamente da una strada urbana di scorrimento, ossia con le caratteristiche delle strade di tipo D di cui all'art. 2 del Codice della strada (2)
- a5) struttura accessibile direttamente da una strada a cui il PUT e/o il PRG assegna il ruolo di strade urbane di quartiere.

Per le grandi strutture di vendita di prodotti alimentari con superficie di vendita di almeno 4.500 mq. si richiede il livello di prestazione a1).

Per le altre grandi strutture di vendita di prodotti alimentari si richiede il livello di prestazione a1), oppure a2), oppure a4).

Per le medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari si richiede il livello di prestazione a5) o a2).

Per le grandi strutture di vendita di prodotti non alimentari si richiede il livello di prestazione a1), oppure a2), oppure a4). Nel solo caso di collocazione nell'ambito di preesistenti aggregazioni di medie o grandi strutture commerciali è considerato sufficiente anche il livello di prestazione a3).

Le prestazioni richieste possono essere riconsiderate in sede di PTCP ovvero di Conferenza dei Servizi di cui all'art. 7 della L.R. 14/99, in relazione alle caratteristiche di assetto del sistema insediativo e di assetto della rete viaria.

5.3.3 Requisito b): collocazione rispetto ai nodi di interscambio fra mobilità individuale e collettiva.

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione decrescenti:

- b1) collocazione a meno di 200 m. da una stazione del servizio ferroviario regionale o di servizi ferroviari di bacino ad elevata frequenza;
- b2) collocazione presso una fermata di servizi di trasporto urbano collettivo, in posizione tale che il parcheggio pubblico realizzato dalla struttura di vendita come standard di urbanizzazione possa svolgere funzioni di parcheggio scambiatore per il raggiungimento del centro urbano;
- b3) collocazione a meno di cento metri fra l'ingresso alla struttura e una fermata di servizi di trasporto urbano o suburbano collettivo a media o elevata frequenza.

Per le grandi strutture di vendita di prodotti alimentari si formula l'indirizzo di assicurare il livello di prestazione b1) oppure b2).

Per le medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari si formula l'indirizzo di assicurare il livello di prestazione b3) o superiore.

Per le altre medie o grandi strutture di vendita i livelli di prestazione b1), b2) e b3) sono preferenziali.

Le prestazioni richieste possono essere precisate in sede di PTCP ovvero di Conferenza dei Servizi di cui all'art. 7 della L.R. 14/99 in relazione alle caratteristiche di assetto del sistema insediativo e di assetto della rete di servizi di trasporto collettivo specifiche di ciascun bacino di utenza.

In carenza dei requisiti suddetti possono essere eventualmente definiti obblighi convenzionali, a carico del proponente, riguardanti l'estensione dei servizi di linea di trasporto collettivo in essere o per l'attivazione di un servizio privato di trasporto collettivo-navetta fra la struttura, il centro urbano e il più idoneo nodo di scambio intermodale.

5.3.4 Requisito c): innesto fra viabilità pubblica e privata

Si definiscono i seguenti livelli di prestazione decrescenti:

- c1) innesto ad uso esclusivo della struttura di vendita o della area commerciale integrata, senza intersezioni a raso;
- c2) innesto canalizzato ad uso esclusivo della struttura di vendita o della area commerciale integrata, con corsie di accelerazione, di decelerazione e di accumulo di lunghezza adeguata ai flussi di traffico attesi;
- c3) innesto canalizzato ad uso esclusivo della struttura di vendita.

Per le grandi strutture di vendita di prodotti alimentari e per le aree commerciali integrate si richiede il livello di prestazione c1) o c2).

Per le medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari si richiede il livello di prestazione c2) o c3).

Per le grandi strutture di vendita di prodotti non alimentari si richiede il livello di prestazione c2) o c3).

Per le grandi strutture di vendita e per le aree commerciali integrate il livello di prestazione richiesto può essere precisato in sede di Conferenza di Servizi di cui all'art. 9 del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, in relazione al volume di traffico atteso.

Per le medie strutture di vendita il livello di prestazione richiesto può essere precisato in sede di strumento urbanistico generale o di piano attuativo, anche con riferimento alla specifica localizzazione.

- (1) Per "raggiungibile direttamente" si intende in questo caso che fra la strada con le caratteristiche richieste e l'accesso ai parcheggi pertinenziali della struttura di vendita si percorre un raccordo stradale di lunghezza non superiore a due chilometri, di sezione adeguata al traffico atteso e senza attraversare zone urbane residenziali.
- (2) Per "raggiungibile direttamente" si intende in questo caso che fra la strada di scorrimento e l'accesso ai parcheggi pertinenziali della struttura di vendita si percorre un raccordo stradale di lunghezza non superiore a 500 m. di sezione adeguata al traffico atteso.

ALLEGATO 3

**Delibera del Consiglio regionale Emilia-Romagna
29 febbraio 2000 n. 1410**

Oggetto n. 6652: Criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, in attuazione dell'art. 3 comma 2 lett. b) della L.R. 5 luglio 1999, n. 14. (Proposta della Giunta regionale in data 25 febbraio 2000, n. 293)

Prot. n. 2731/I.2

Il Consiglio

Vista la deliberazione della Giunta regionale progr. n. 293 del 25 febbraio 2000, recante in oggetto "Criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, in attuazione dell'art. 3 comma 2 lett. b) della L.R. 5 luglio 1999, n. 14" e che qui di seguito si trascrive integralmente:

LA GIUNTA DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Visto il D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114 recante la riforma della disciplina relativa al settore del commercio;

Vista la legge regionale 5 luglio 1999, n. 14 "Norme per la disciplina del commercio in sede fissa in attuazione del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114" ed in particolare l'art. 3, comma 2, lett. b) ove si stabilisce che il Consiglio regionale adotta un atto contenente i criteri e le condizioni per regolare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita;

Rilevato che l'art. 2 della summenzionata L.R. n. 14/1999 stabilisce che i suddetti criteri regionali sono definiti al fine di contenere l'uso del territorio, assicurare le compatibilità ambientali, salvaguardare l'equilibrio con le presenze delle altre tipologie distributive e per valutare i progetti di insediamento rispetto agli assetti socio-economici, insediativi, della mobilità e della rete distributiva in riferimento alle disponibilità di servizi al consumatore;

Esaminata la proposta di "Criteri e condizioni per regolare gli obiettivi di presenza e di sviluppo delle grandi strutture di vendita", elaborati dal Servizio regionale competente;

Sentite le rappresentanze degli Enti locali e delle associazioni di impresa;

Ritenuto pertanto di dover procedere a presentare al Consiglio, ai fini dell'approvazione, la suddetta proposta di Criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, in attuazione dell'art. 3 comma 2 lett. b) della L.R. 5 luglio 1999, n. 14;

Dato atto:

- del parere favorevole espresso dal Direttore Generale dell'Area Attività Produttive, Dr. Uber Fontanesi, in merito alla legittimità della presente deliberazione, ai sensi dell'art. 4, sesto comma, della legge regionale 19 novembre 1992, n. 41;
- del parere favorevole espresso dal Responsabile del Servizio Programmazione della Distribuzione Commerciale, Dr.ssa Paola Castellini, in merito alla regolarità tecnica della presente deliberazione, ai sensi dell'art. 4, sesto comma, della legge regionale 19 novembre 1992, n. 41;
- Su proposta dell'Assessore alle Attività Produttive;

A voti unanimi e palesi

d e l i b e r a

- di presentare al Consiglio, per l'approvazione, i "Criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, in attuazione dell'art. 3 comma 2 lett. b) della L.R. 5 luglio 1999, n. 14" allegati alla presente deliberazione quale parte integrante e sostanziale;
- di pubblicare, il presente provvedimento nel Bollettino Ufficiale della Regione.

Criteria e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, in attuazione dell'art. 3 comma 2 lett. B della L.R. 5 luglio 1999, n. 14.

Indice

- 1 CONTENUTI E STRUMENTI DEL DOCUMENTO
- 2 CRITERI RELATIVI ALLE SCELTE URBANISTICHE E DI PROGRAMMAZIONE A LIVELLO PROVINCIALE E COMUNALE

Criteria di sostenibilità ambientale

- 2.a Criteria relativi all'obiettivo del contenimento del consumo di territorio
- 2.b Criteria per la valutazione delle compatibilità ambientali ai fini dell'individuazione delle aree idonee per l'insediamento di grandi strutture di vendita.

Criteria relativi ad obiettivi di equilibrio, graduazione, efficacia dell'attuazione relativa alle grandi strutture in rapporto alle altre tipologie distributive

- 2.c Criteria per il dimensionamento delle previsioni generali di capacità insediative dei piani in rapporto alle grandi strutture
- 2.d Criteria per lo sviluppo equilibrato della capacità insediativa delle diverse tipologie distributive
- 2.e Criteria per la graduazione dell'attuazione
- 2.f Criteria per la verifica di efficacia rispetto agli obiettivi delle politiche sul commercio

Definizione di misure relative alla fase di prima attuazione

- 2.g Prima fase di attuazione

- 3 CRITERI RELATIVI ALLE SCELTE AUTORIZZATIVE IN SEDE DI CONFERENZA DEI SERVIZI COMUNE-PROVINCIA-REGIONE

- 3.a Criteria specifici di valutazione di impatto dei progetti di insediamento
- 3.b Indirizzi progettuali e requisiti per la valutazione delle proposte

1. CONTENUTI E STRUMENTI DEL DOCUMENTO

- 1.a Il presente atto di cui al punto b) dell'art.3, c.2 L.R.14/99 contiene le indicazioni con le quali la Regione promuove, di concerto con Province e Comuni e intervenendo con le proprie competenze e responsabilità nelle sedi indicate dalla L.R. 14/99 e dalla Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio (Conferenza dei Servizi ex art. 7 L.R. 14/99; verifica ed approvazione PTCP; Conferenza Servizi ex art. 11 L.R. 14/99), oltre che gli indirizzi generali di programmazione degli insediamenti commerciali e i criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica le due funzioni richiamate dalla Legge a proposito delle grandi strutture di vendita: "regolare obiettivi di presenza e sviluppo" (funzione programmatoria/pianificatoria) e "valutare i progetti di insediamento" (funzione attuativa/autorizzativa). Tale atto inoltre si connette alla strumentazione individuata nella nuova Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio.

La Legge Regionale n. 14/99 per la disciplina del commercio in sede fissa, in attuazione del DLgs 31/3/98 n. 114, ha definito l'impianto della programmazione complessiva della rete distributiva, indicata come competenza delle Regioni dall'art. 6 del DLgs 114, così articolandolo:

Indicazione da parte della Regione, nell'art. 2 della L.R. 14/99 degli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali, in riferimento ai diversi ambiti territoriali di cui al comma 3 dell'art. 6 dello stesso DLgs 114.

- a) Promozione da parte della Regione di tale processo di programmazione degli insediamenti delle attività commerciali, in concorso con Comuni e Province, stabilendo che Comuni e Province provvedono all'attuazione dei summenzionati indirizzi generali nell'ambito dei propri strumenti di pianificazione territoriale ed urbanistica. (PTCP-PRG). Conseguentemente la Legge Regionale ha previsto la formulazione oltreché degli indirizzi generali, anche di criteri che costituiscono riferimento per le scelte di Province e Comuni in materia di pianificazione territoriale e urbanistica per gli insediamenti commerciali.
- b) Previsione di un atto della Regione contenente "criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, al fine di contenere l'uso del territorio, assicurare la compatibilità ambientale, salvaguardare l'equilibrio con la presenza delle altre tipologie distributive; e per valutare i progetti di insediamento rispetto agli assetti socio-economici, insediativi, della mobilità e della rete distributiva in riferimento alla disponibilità di servizi al consumatore".

Con le modalità così articolate la Legge Regionale dà corso ad un impianto della programmazione che

- Realizza la collocazione di tale programmazione degli insediamenti commerciali, nella pianificazione territoriale ed urbanistica.
- Persegue un modello di rete - obiettivo, di dimensionamento delle funzioni commerciali articolato nelle diverse tipologie e un quadro di compatibilità territoriale, che riferisce la programmazione alla compatibilità tra zone di possibile insediamento e tipologie di strutture distributive; quindi una "programmazione per la concorrenza" che non intende fissare barriere all'entrata nel mercato, ma "regolare la stessa presenza e sviluppo delle grandi strutture, in riferimento a criteri e indirizzi - come sopra indicati - di interesse generale, e rivolti a favorire l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive".
- Delega a Province e Comuni l'attuazione sul territorio della pianificazione degli insediamenti commerciali.

Con tali modalità la Legge Regionale da un lato realizza i principi di delega (a Province e Comuni) individuate nella L.R. 3/1999; dall'altro lato predispose un modello di programmazione che si colloca nel pieno rispetto delle indicazioni ricevute dall'Autorità Garante della concorrenza e del mercato a proposito delle misure regionali attuative del DLgs 114: indicazioni che in particolare hanno osservato (cfr. documento Autorità 15/4/99) che "la portata innovativa del DLgs 114/98 rispetto alla precedente normativa nazionale fondata sulla Legge 426/71 risiede nella circostanza che esso cessa di avere quale obiettivo centrale la pianificazione quantitativa dell'offerta, per adottare una prospettiva di tutela di interessi generali, principalmente di tipo urbanistico (tutela dell'assetto urbano, tutela dell'ambiente, dei beni

artistici e culturali) o connessi all'esigenza di promuovere un adeguato livello di servizi per i consumatori in diversi ambiti geografici"; - tra l'altro - "evitando quindi l'adozione di un modello di valutazione delle domande di autorizzazione per le medie e grandi superfici rigidamente impostato in termini di regolamentazione strutturale del mercato, cioè sulla predeterminazione quantitativa di limiti alle possibilità di entrata sul mercato (autorità, ibidem.)".

Più specificatamente le indicazioni dell'Autorità hanno sottolineato che "andrebbe evitata la fissazione di obiettivi definiti in termini di equilibrio tra domanda e offerta", mentre occorre come detto all'art. 6 del DLgs 114 "assumere nell'indicare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita il rispetto del principio di libera concorrenza favorendo l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive".

Allo stesso modo occorre evitare la reintroduzione delle tabelle merceologiche (con l'eccezione della distinzione tra alimentare e non alimentare), attraverso disposizioni che comportino una connessione delle autorizzazioni (di grandi e medie strutture) alla operatività dell'esercizio in un determinato settore merceologico" e, in definitiva, definire un "sistema preposto all'esame delle domande di autorizzazione relative alle medie e grandi superfici di vendita configurato in modo tale che l'ipotesi di non accettazione di una domanda sia limitata ai casi in cui dall'accoglimento della stessa deriverebbero specifici effetti pregiudizievoli per l'interesse generale con riferimento all'adeguata articolazione dell'offerta, alla disponibilità di servizi per la popolazione (compresi gli esercizi di vicinato) e in generale alle esigenze di tutela e riqualificazione dell'assetto urbanistico territoriale". (cfr. Autorità Garante).

L'impianto di programmazione definito dalla normativa regionale si realizza con i seguenti adempimenti e contenuti, presenti nella L.R. 14/99 e nei successivi "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica".

▪ Sono fissati nei "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica" gli indirizzi per la definizione, da parte delle Province, degli ambiti della programmazione degli insediamenti commerciali, i quali prevedono che i PTCP (a regime) e le Conferenze dei Servizi di cui all'art. 7 della L.R. 14/99 individuano:

- le aree metropolitane omogenee intese come sistemi urbani complessi sovracomunali, caratterizzati da fenomeni di diffusione urbana componenti una città vasta;
- gli ambiti sovracomunali rilevanti, tenendo conto dell'assetto e della gerarchizzazione del sistema insediativo, delle aree di gravitazione determinate dall'assetto delle reti dei servizi e delle reti infrastrutturali; costituendo a questo riguardo riferimento la definizione delle "città regionali e dei centri ordinatori" come definiti dal PTR e dai PTCP vigenti, con eventuali specifiche connotazioni delle gravitazioni commerciali;
- le aree montane, rurali, e di minore consistenza demografica di cui all'art. 9 della L.R. 14/99.

La Conferenza dei Servizi delibera le suddette individuazioni.

Sulla base degli "Indirizzi generali" e dei "Criteri di pianificazione":

- I Comuni individuano le aree da destinare agli insediamenti commerciali nei propri strumenti urbanistici, provvedendo:

- ad un dimensionamento della funzione commerciale delle diverse tipologie, con "una valutazione" "dello stato di fatto della rete" ... "anche in termini di raffronto con i dati disponibili a livello provinciale e regionale di popolazione residente e/o gravitante" e "delle potenzialità urbanistiche per il commercio con riferimento alle aree urbane consolidate, alle aree da riqualificare, alle aree per nuovi insediamenti e alle aree specialistiche" (v. L.R. 14/99 art. 5; Criteri, punti 3.1; 3.2)
- alla localizzazione di aree idonee per grandi e medie strutture di vendita in conformità ai "Criteri di pianificazione"

- Le Province, con il PTCP a regime, e con la Conferenza dei Servizi, nella fase di prima attuazione, definiscono le scelte di pianificazione territoriale per gli insediamenti e la programmazione della rete distributiva, sulla base degli indirizzi della Regione e delle strategie di sviluppo socio-economico sostenibile, provvedendo a tali scelte anche tramite la verifica delle idoneità delle aree proposte dai Comuni - nella sede della stessa Conferenza dei Servizi - di cui all'art. 7 della L.R. 14/99.

Le Province per determinare tali scelte di pianificazione territoriale ed urbanistica valutano lo stato di fatto della rete e delle potenzialità urbanistiche per il commercio con le modalità già indicate per i Comuni nel punto precedente.

I Comuni (nelle proposte di localizzazione) e le Province (provvedendo alle scelte da definire nella Conferenza dei Servizi e a regime coi PTCP), sulla base delle indicazioni degli "Indirizzi" della Legge Regionale e dei "Criteri", combinano un quadro di compatibilità tra zone di possibile insediamento e tipologie di strutture distributive (anche con riguardo alle loro superfici); che risulta così definito:

Nei centri storici e nelle aree urbane "centrali":

- sviluppo e qualificazione degli insediamenti commerciali di vicinato, finalizzati a migliorarne integrazione e concentrazione e, attraverso apposite normative, urbanistiche di controllo dei cambi d'uso
- previsione di medie-strutture, centri commerciali di vicinato, complessi commerciali di vicinato, di norma nell'ambito di programmi di riqualificazione urbana o altri piani urbanistici attuativi o attraverso i progetti di valorizzazione di cui all'art. 8 L.R. 14/99 secondo modalità e localizzazioni sinergiche con la rete preesistente
- non previsione, di norma, di insediamento di grandi strutture di livello superiore e centri commerciali d'attrazione.

Nelle aree della periferia urbana:

- qualificare e potenziare assi commerciali e nuclei di servizio esistenti
- prevedere la presenza di medie strutture di vendita e complessi commerciali di vicinato, privilegiando azioni di razionalizzazione e ammodernamento di strutture esistenti, o nel caso di nuovi insediamenti privilegiando operazioni di riqualificazione urbana o di riconversione di insediamenti industriali dismessi, laddove ciò possa avere effetti sinergici di rafforzamento di assi o nuclei commerciali preesistenti. Le zone ove si ritenga ammissibile ed idoneo l'insediamento di medie strutture vanno indicate nel PRG e debbono risultare coerenti con le scelte dello stesso, con le previsioni del PUT ove vigente, con le indicazioni della zonizzazione acustica di cui alla L. 447/1995, con i PRU ove approvati. Tali insediamenti sono da prevedere in particolare nell'ambito o in contiguità di aree di consolidata presenza di servizi commerciali; nell'ambito di progetti di valorizzazione commerciale; lungo gli assi delle viabilità urbane principali come definite dal PRG o dal PUT; in aree già assoggettate ad un piano urbanistico attuativo o previa approvazione di un piano urbanistico attuativo.

Negli ambiti periurbani delle grandi aree metropolitane nonché negli ambiti territoriali sovracomunali:

- armonizzare ed eventualmente integrare la presenza di grandi strutture commerciali; favorire la concentrazione di grandi e medie strutture di vendita o centri commerciali in aree commerciali integrate come definite al punto 1.8 dei Criteri collocate in prossimità dei nodi infrastrutturali che garantiscano la massima accessibilità
- l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita di prodotti non alimentari deve essere previsto nelle suddette aree commerciali integrate, destinate dai piani urbanistici ad ospitare strutture commerciali, dotate di un sistema integrato di accessi e di parcheggi; e di collocazioni idonee in relazione ai flussi della viabilità sovracomunale e/o dei nodi interscambio con essa. O in ambiti nei quali si siano formate nel tempo aggregazioni di grandi o medie strutture nelle quali l'insediamento di ulteriori strutture possa consentire e assicurare la razionalizzazione e il miglioramento del sistema di accessi e dei parcheggi. O in aree già insediate nelle quali si verifichi la dismissione di precedenti funzioni, che possono essere validamente destinate a funzioni anche commerciali.
- l'insediamento di grandi strutture di vendita e di aree commerciali integrate anche qualora avvenga per cambio d'uso di edifici preesistenti può essere consentito solo in aree già assoggettate ad un piano urbanistico attuativo che contempli specificatamente tale insediamento; o previa approvazione di un piano urbanistico attuativo presentato anche al fine di prevedere nella convenzione impegni relativi alle opere di integrazione ambientale e/o di miglioramento dell'accessibilità ritenute necessarie.
- l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita o di centri commerciali di livello superiore di cui al punto 1.4 lettera c) dei "Criteri di pianificazione territoriale e urbanistica" può essere previsto esclusivamente in ambiti configurabili come le aree commerciali integrate di livello superiore di cui al punto 1.8 secondo comma degli stessi Criteri.
- La Conferenza dei Servizi di cui all'art. 7 della L.R. 14/99 nella fase di prima attuazione e i PTCP a regime, provvedono a valutare ed individuare le aree idonee a ospitare aree commerciali integrate e aree commerciali integrate di livello superiore che rappresentano poli funzionali e con la presenza di dotazioni strutturali che consentano la sostenibilità del carico urbanistico.

Tale impianto e processo di programmazione, nell'ambito della pianificazione territoriale ed urbanistica, ha come esito quindi una programmazione reale degli insediamenti possibili di grandi strutture commerciali.

Le indicazioni così definite costituiscono pertanto riferimenti del sistema di valutazione per la concessione delle autorizzazioni all'insediamento di grandi strutture di vendita di cui all'art. 11 della L.R. 14/99.

In tale impianto di programmazione degli insediamenti commerciali quindi, si integra la individuazione dei "criteri e condizioni per regolare obiettivi di presenza e sviluppo delle grandi strutture di vendita, ..." secondo le indicazioni della L.R. 14/99 art. 2 comma 9; art. 3, comma 2, lett. b.

Le finalità dichiarate dalla Legge sono in proposito:

- contenere l'uso di territorio
obiettivo di tutela da perseguire in sede di pianificazione territoriale e urbanistica;
- assicurare le compatibilità ambientali
introducendo modalità di valutazione di tali compatibilità (non solo a livello di singolo progetto, ma di scelte di piani territoriali ed urbanistici sul dimensionamento e la localizzazione)
- salvaguardare lo sviluppo equilibrato delle diverse tipologie distributive
Tale obiettivo di equilibrio - variabile nel tempo - comporta che le linee-guida riguardino: il dimensionamento dei piani territoriali ed urbanistici (capacità insediativa massima delle varie componenti) e l'attuazione degli interventi (l'equilibrio va evidentemente valutato nel tempo).

E' in sede di valutazione dei progetti di realizzazione delle strutture commerciali che la legge regionale definisce un secondo ruolo delle indicazioni regionali, come strumenti di valutazione rispetto:

- agli assetti insediativi, della mobilità e della rete distributiva in riferimento alla disponibilità di servizi al consumatore.

Il presente atto contiene pertanto, oltre alle indicazioni soprarichiamate:

- 2.a Criteri relativi all'obiettivo del contenimento del consumo di territorio;
- 2.b Criteri per la valutazione delle compatibilità ambientali ai fini dell'individuazione delle aree idonee per l'insediamento di grandi strutture di vendita;
- 2.c Criteri per il dimensionamento delle previsioni generali di capacità insediativa dei piani in rapporto alle grandi strutture;
- 2.d Criteri per lo sviluppo equilibrato della capacità insediativa delle diverse tipologie distributive;
- 2.e Criteri per la graduazione della attuazione ;
- 2.f Criteri per la verifica di efficacia rispetto agli obiettivi delle politiche sul commercio;
- 2.g Prima fase di attuazione;

- 3.a Criteri specifici di valutazione di impatto dei progetti di insediamento;
- 3.b Indirizzi progettuali e requisiti per la valutazione delle proposte.

La Giunta Regionale, con proprio atto, approva documenti tecnici a supporto delle attività di presentazione e valutazione delle domande di apertura di grandi strutture di vendita.

1.b I seguenti criteri si applicano a due fasi dell'attività di pianificazione:

- quella di prima attuazione, che comprende:

1. La conclusione dell'attività di adeguamento degli strumenti urbanistici comunali vigenti e adottati alla nuova disciplina del commercio
 2. La definizione dei criteri per il primo programma di attuazione degli interventi relativi a grandi strutture
- quella a regime, che prevede:
 1. In sede di aggiornamento dei PTCP: la definizione del dimensionamento della capacità insediativa e delle scelte strategiche di livello territoriale; la programmazione dei poli funzionali;
 2. In sede di pianificazione comunale: la definizione della programmazione operativa a livello comunale, attraverso il dimensionamento della capacità insediativa e la localizzazione delle aree per gli insediamenti commerciali (nel Piano Strutturale Comunale); la formulazione del programma di attuazione nel Piano Operativo Comunale, previsti dalla Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio;
 3. La definizione, in sede di Regolamento Urbanistico-Edilizio, dei criteri relativi alle scelte autorizzative e degli elementi di indirizzo progettuale (indicazioni e requisiti), come indicato al successivo par. 3 per la valutazione delle richieste.

1.c Modalità di attuazione

I criteri indicati al precedente punto 1.a trovano applicazione nell'ambito di "Piani operativi per gli insediamenti commerciali anche di interesse provinciale e sovracomunale", che costituiscono piani di attuazione nell'ambito dei PTCP e dei POC in coerenza con le previsioni di cui agli artt. 26, 28, 30, 31, della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio.

Tali documenti, approvati e aggiornati con periodicità almeno triennale (o quinquennale in relazione alla durata dei POC) da parte dei Consigli Provinciali e Comunali, costituiscono strumenti per il coordinamento degli atti previsti dalla Legislazione regionale di pianificazione territoriale urbanistica e per il commercio, e delle misure per l'attuazione graduale degli interventi programmati.

Il Piano Operativo per gli insediamenti commerciali di interesse provinciale e sovracomunale è costituito nei PTCP dai seguenti contenuti:

- a.1 Gli obiettivi delle politiche provinciali per il commercio e i criteri di valutazione dell'efficacia della loro applicazione
- b.1 Il dimensionamento della capacità insediativa, anche in riferimento alle compatibilità ambientali, assunto per le funzioni commerciali
- c.1 Il range di variazione ammesso per l'equilibrio della capacità insediativa complessiva nella provincia
- d.1 La programmazione dei poli funzionali (aree commerciali integrate di livello superiore) secondo le modalità definite dalla Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio
- e.1 I criteri e gli strumenti per la verifica di efficacia rispetto agli obiettivi delle politiche sul commercio

Tali Piani si collocano nell'ambito dell'elaborazione e definizione dei PTCP; ovvero essi rappresentano piani settoriali di aggiornamento ed integrazione dei PTCP. In entrambi i casi per la elaborazione e definizione di tali Piani si attuano le procedure di cui all'art. 27 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio.

A livello comunale sono contenuti del Piano operativo per il commercio:

- a.2 Gli obiettivi delle politiche per il commercio e i criteri di valutazione dell'efficacia della loro applicazione
- b.2 Il dimensionamento della capacità insediativa assunto per le funzioni commerciali in sede di P.S.C.
- c.2 I progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane

- d.2 Le disposizioni di salvaguardia e regolamentari per gli ambiti di particolare pregio storico, archeologico, artistico o ambientale
- e.2 Le scelte sulla riqualificazione urbana e sull'adeguamento della rete infrastrutturale e dei parcheggi
- f.2 I criteri di graduazione e l'attuazione prevista nel POC per gli interventi relativi alle grandi strutture di vendita.

Il Piano operativo per gli insediamenti commerciali è collocato nell'ambito del POC o costituisce un piano attuativo ai sensi dell'art. 31 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio. Per la sua definizione ed approvazione si applicano quindi le procedure previste agli artt. 34, 35 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio.

2 CRITERI RELATIVI ALLE SCELTE URBANISTICHE E DI PROGRAMMAZIONE A LIVELLO PROVINCIALE E COMUNALE

CRITERI DI SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

2.a Criteri relativi all'obiettivo del contenimento del consumo di territorio

2.a.1 Nei PTCP e nei PSC, nella localizzazione di nuovi insediamenti commerciali di grandi dimensioni va previsto il consumo di nuovo territorio (incremento dell'urbanizzazione) soltanto quando non sussistano alternative derivanti dal completamento o dalla sostituzione dei tessuti insediativi esistenti ovvero dalla riorganizzazione e riqualificazione del territorio urbanizzato.

I parametri da assumere per la valutazione del consumo di territorio possono essere sia valori assoluti (mq. di superficie territoriale), che relativi (incremento percentuale del territorio urbanizzato), riferiti all'intero ambito territoriale che i Piani destinano a aree per grandi strutture di vendita, aree commerciali integrate inferiori e superiori o poli funzionali. Come indirizzo generale, si valuta che l'incremento ammesso per il territorio urbanizzato (in termini di capacità insediative complessive inserite nei PTCP e nei PSC) debba essere contenuto entro lo 0,5% del territorio urbanizzato dell'intera provincia e l'1,5% a livello di singolo territorio comunale. Province e comuni potranno fissare valori di riferimento più contenuti, mentre dovranno adeguatamente motivare la scelta di valori più elevati.

2.a.2 Oltre al consumo diretto di territorio (superficie destinata all'insediamento delle strutture edilizie, alla viabilità e ai parcheggi di pertinenza), vanno considerati a livello comunale e sovracomunale (e conteggiati verificando il loro contenimento entro il 50% di incremento dei valori limite citati al comma precedente) gli effetti di confinamento, separazione, interclusione di territorio derivanti dalla localizzazione dell'area da destinare a grandi strutture di vendita, e delle infrastrutture relative.

2.a.3 Per ridurre il consumo di territorio - derivante in misura rilevante dalla dotazione di posti auto - i Comuni incentivano attraverso le norme urbanistiche dei PRG (POC e Regolamento Urbanistico-Edilizio) soluzioni che prevedano di realizzare posti auto in autorimesse interrato o in edifici pluripiano (ad esempio condizionando la realizzazione di una parte della superficie edificabile alla proporzionale sistemazione di una quota di territorio sottratto all'uso di parcheggi a raso), e progetti che prevedano l'integrazione delle funzioni con diversa frequenza temporale e conseguenti benefici di riduzione della dotazione di infrastrutture e parcheggi.

2.b Criteri per la valutazione delle compatibilità ambientali ai fini dell'individuazione delle aree idonee per l'insediamento di grandi strutture di vendita

Oltre agli indirizzi definiti in sede di "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa" (Del.n.1253 del 23.09.1999), ed in specifico ai punti:

2.2 Indirizzi per l'insediamento delle attività commerciali riferiti ai diversi ambiti territoriali

4.3 Indirizzi per l'insediamento delle grandi strutture di vendita valgono le seguenti linee-guida.

2.b.1 Attraverso il PTCP le Province effettuano una verifica della sostenibilità e della compatibilità ambientale delle scelte relative al dimensionamento della capacità insediativa e alla individuazione delle aree idonee all'insediamento delle grandi strutture di vendita rispetto alle strategie di assetto territoriale di scala provinciale (linee di sviluppo, poli logistici, strategie insediative e infrastrutturali). Nonché degli effetti di tali scelte sulla rete viaria secondo i criteri indicati al successivo punto 2.b.2 verificando la compatibilità dei livelli di saturazione.

- 2.b.2** Verifica dell'accessibilità territoriale: i Comuni, all'atto della selezione delle proposte di localizzazione da sottoporre alla Conferenza dei servizi (oppure oggetto di Variante al PRG) effettuano una valutazione preliminare dei flussi veicolari generati e attratti in rapporto alla superficie di vendita ammissibile; la valutazione va effettuata con riferimento alle ore di punta della giornata del sabato e, per le zone urbane a destinazione mista, alle giornate e agli orari in cui possono generarsi effetti di sovrapposizione con altri traffici. I flussi relativi vanno confrontati con la capacità della rete esistente, definendo e prescrivendo le conseguenti esigenze di potenziamento (punto 4.3.1 dei Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica).
- 2.b.3** Applicazione in sede di pianificazione comunale di criteri di efficacia rispetto agli obiettivi strategici della pianificazione urbana: valutazione delle opportunità di trasformazione urbanistica connesse agli interventi (bonifica e riqualificazione di aree dismesse; completamento/potenziamento della rete infrastrutturale, ripolarizzazione di funzioni urbane, integrazione con altre funzioni,).
- 2.b.4** Verifica preliminare della compatibilità acustica: le aree devono essere comprese entro ambiti classificati in classe IV ai sensi della Legge quadro sull'inquinamento acustico (L.447/1995) e del DPCM 14.11.1997 ("Aree ad intensa attività umana"). Vanno considerati, in particolare per le strade di accesso, i problemi indotti dalla prossimità rispetto ad insediamenti residenziali (inquinamento acustico e atmosferico)
- 2.b.5** Verifica preliminare della compatibilità idrogeologica (impermeabilizzazione del suolo, capacità di smaltimento delle acque piovane): verifica della situazione delle infrastrutture nella zona (rete fognaria principale), e della possibilità di realizzare opere idrauliche compensative (bacino di laminazione) per la regimazione delle portate di piena in caso di pioggia intensa
- 2.b.6** Verifica preliminare della compatibilità paesaggistico-ambientale: limitazione degli impatti sul paesaggio e sul sistema storico-culturale del territorio.

CRITERI RELATIVI AD OBIETTIVI DI EQUILIBRIO, GRADUAZIONE, EFFICACIA DELL'ATTUAZIONE RELATIVA ALLE GRANDI STRUTTURE IN RAPPORTO ALLE DIVERSE TIPOLOGIE DISTRIBUTIVE

2.c Criteri per il dimensionamento delle previsioni generali di capacità insediative dei piani in rapporto alle grandi strutture

2.c.1 Le Province definiscono attraverso il PTCP :

- indirizzi strategici per la localizzazione e il dimensionamento delle previsioni di grandi strutture di vendita, in rapporto a dichiarati criteri di sostenibilità e ad obiettivi di qualificazione urbanistica del territorio e dei livelli di servizio commerciale alla popolazione della provincia
- programmazione dei nuovi poli funzionali di progetto
- indirizzi ai Comuni per la definizione dei livelli di capacità insediativa da prevedere in sede di PSC (espressa in mq. di superficie territoriale destinata alla funzione del commercio in grandi strutture di vendita, alimentari e non, nelle varie forme tipologiche e aggregative), in rapporto alla popolazione presente.

Tali livelli terranno conto di:

- incremento della dotazione (modifica dei modelli di consumo)
- valutazioni delle proiezioni demografiche
- complessità delle operazioni di trasformazione urbanistica previste
- evoluzione delle tipologie
- eccedenza di previsione urbanistica necessaria al corretto funzionamento del mercato (potenziale concorrenza delle ipotesi)

Le Province articolano gli indirizzi e le scelte di pianificazione di cui sopra in base ad una valutazione della situazione e degli obiettivi di sviluppo entro gli ambiti territoriali sovracomunali definiti.

In sede di PTCP (e nella prima fase in sede di Conferenza dei servizi) vengono individuati tra quelli proposti dai Comuni gli ambiti territoriali idonei per la localizzazione delle grandi strutture di livello inferiore e di livello superiore (questi ultimi entro i poli funzionali esistenti o di previsione).

2.c.2 Definizione da parte dei Comuni delle previsioni urbanistiche

Ai sensi degli art.5 e 6 della L.R. 14/99 i Comuni effettuano il dimensionamento della funzione commerciale nelle diverse tipologie dimensionali in sede di PSC; per quanto riguarda le grandi strutture di vendita, i Comuni si attengono alle seguenti disposizioni:

- per le grandi strutture di livello inferiore la localizzazione va prevista in sede di PSC (entro gli ambiti territoriali di cui agli articoli A11-A13 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio: ambiti da riqualificare; ambiti per i nuovi insediamenti; ambiti specializzati per attività produttive); la relativa attuazione è demandata al POC;
- per le grandi strutture di livello superiore il PSC recepisce gli ambiti dei poli funzionali definiti in sede di PTCP, la cui attuazione è demandata ai POC secondo le modalità indicate dall'art. A15 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio.

2.d Criteri per lo sviluppo equilibrato della capacità insediativa delle diverse tipologie distributive

2.d.1 In sede di PTCP le Province definiscono, nell'ambito e nel rispetto delle modalità e degli indirizzi sopra indicati, valori di equilibrio dei parametri caratteristici dell'offerta commerciale a livello comunale e provinciale nelle diverse tipologie, rispetto ai rispettivi dimensionamenti delle capacità insediative sottoponendoli di norma ogni 3 anni e comunque entro 5 anni a verifica in base al monitoraggio della situazione, e a conseguente adeguamento; essi sono:

- range di variazione percentuale rispetto alla situazione attuale della consistenza delle classi dimensionali delle grandi strutture di vendita nell'alimentare e nel non alimentare (valori percentuali rispetto al totale della dotazione, ed eventualmente valori assoluti)

- range di variazione della dotazione di superfici di vendita per 1000 abitanti (grandi strutture alimentari e non) da assumere come riferimento per l'adeguamento dei P.S.C. e per l'attuazione attraverso i P.O.C., per il dimensionamento della quota di capacità insediativa relativa alle grandi strutture.

2.d.2 In sede di P.S.C. i Comuni verificano la compatibilità delle previsioni in relazione al dimensionamento delle funzioni commerciali; in sede di P.O.C. i Comuni individuano gli interventi da attuare e definiscono le relative possibilità edificatorie in misura conforme agli indirizzi provinciali.

Saranno quindi considerati con precedenza gli interventi relativi alle classi dimensionali e/o alle tipologie di servizi più lontani dall'intervallo considerato accettabile in sede di programmazione della capacità insediativa di cui al punto 2.d.1.

2.e Criteri per la graduazione dell'attuazione

2.e.1 Nelle scelte di pianificazione territoriale e urbanistica le Province e i Comuni introducono strumenti per l'attuazione graduale delle previsioni dei Piani, mettendo in relazione gli obiettivi, i requisiti prestazionali e il livello di dotazioni esistenti e previste.

Nella fase a regime, attraverso i piani operativi per il commercio inseriti nei P.C.T.P. e nel P.O.C.:

- le Province programmano i poli funzionali;
- il Comune utilizza il P.O.C. come strumento operativo di attuazione della pianificazione, con verifica triennale, in cui inserire una quota delle previsioni insediative del Piano Strutturale Comunale, sulla base degli indirizzi contenuti nel PTCP (par. 2.d.1) e di una specifica valutazione dell'efficacia e della coerenza dell'attuazione delle previsioni rispetto al quadro strategico delle trasformazioni del territorio contenuto nel Piano Strutturale stesso.

2.e.2 Nell'ambito delle potenzialità insediative definite dal PSC (e in fase transitoria dal PRG adeguato in sede di Conferenza dei Servizi) il dimensionamento del programma attuativo in sede di POC (costituito in fase transitoria dal Programma di cui al par. 2g1) tiene conto dei seguenti obiettivi:

- Funzionalità e collocazione del progetto in strategie e interventi urbano-territoriali di riqualificazione (ex L.R. 19/98); o di valorizzazione commerciale (ex L.R. 14/99)
- Interventi che riducono lo squilibrio territoriale esistente in aree con i problemi di evasione commerciale indotti da squilibri localizzativi dell'apparato distributivo.
- Interventi che utilizzano aree già urbanizzate (dismesse, degradate, sottoutilizzate), o contenitori dismessi, da preferire a progetti che prevedono nuova urbanizzazione
- Interventi che valorizzano l'identità culturale del territorio, sia attraverso la valorizzazione di attività commerciali tradizionali peculiari della zona, sia attraverso la qualificazione architettonica e paesaggistica dell'intervento.
- Progetti che prevedano ritorni occupazionali positivi, come nuova occupazione dipendente e come previsione di insediamento, nelle aree o centri commerciali anche di piccoli esercizi.
- Nell'ambito degli obiettivi e delle priorità delle tipologie progettuali sopra indicate, si indica una ulteriore priorità per gli Interventi con minore impatto ambientale, con particolare attenzione al traffico indotto sulla rete infrastrutturale esistente contestualmente alla attuazione del progetto (non quella in previsione)

Per la definizione degli interventi relativi a grandi strutture commerciali da inserire nel POC i Comuni possono procedere con la individuazione diretta di ambiti di intervento; ovvero con le modalità di selezione di tali ambiti e di progetti di insediamento, indicate all'art. 30 comma 9 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio .

I criteri per la graduazione degli interventi nel POC tengono conto inoltre dei seguenti elementi:

- completamento del sistema infrastrutturale previsto dal Piano
- miglioramento del livello di servizio ai cittadini
- equilibrio nel rapporto con altre tipologie di strutture di vendita presenti.

I criteri di graduazione si esprimono a due livelli:

- inserimento della previsione nel P.O.C.
- valutazione dei progetti, per il rilascio delle autorizzazioni in sede di Conferenza dei servizi Comune-Provincia-Regione (in particolare per la valutazione di proposte concorrenti)

2.e.3 Contestualmente all'avvio della fase operativa per il rilascio delle autorizzazioni relative alle grandi strutture di vendita la Regione verifica, in base ai Piani operativi per gli insediamenti commerciali redatti dalle Province e Comuni interessati, il completamento degli atti previsti dalla L.R. 14/99, vale a dire:

- definizione dei progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane
- definizione delle disposizioni di salvaguardia e regolamentari per gli ambiti di particolare pregio storico, archeologico, artistico o ambientale
- definizione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture
- definizione delle scelte sulla riqualificazione urbana e sull'adeguamento della rete infrastrutturale e dei parcheggi

2.f Criteri per la verifica di efficacia rispetto agli obiettivi delle politiche sul commercio

Il processo di pianificazione si fonda sulla verifica periodica da parte delle Province e dei Comuni dell'attuazione dei piani e dell'andamento delle autorizzazioni (natalità e mortalità degli esercizi, distribuzione delle sedi), verificando in particolare i seguenti fenomeni:

- la qualità del servizio commerciale entro un ambito urbano in rapporto alle caratteristiche della popolazione presente (vicinato, prossimità)
- gli esiti di progetti di valorizzazione commerciale
- l'andamento del processo di riqualificazione urbana (eliminazione di situazioni di degrado funzionale e sociale)
- lo stato di efficienza della rete dell'accessibilità pubblica e privata e dei parcheggi
- i cambiamenti nelle abitudini di acquisto
- lo stato di equilibrio nella distribuzione tipologica e spaziale dell'offerta di servizi commerciali.

Le Province ed i Comuni realizzano tali valutazioni di efficacia, con cadenza almeno triennale ("Attuazione ed esiti del Piano Operativo del Commercio"), facendone discendere indicazioni per l'ulteriore fase di programmazione)

DEFINIZIONE DI MISURE RELATIVE ALLA PRIMA FASE DI ATTUAZIONE

2.g Prima fase di attuazione

2.g.1 Si definisce prima fase di attuazione quella dal momento attuale fino all'adeguamento dei piani provinciali e comunali alla Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio, come stabilito nell'insieme delle disposizioni dell'art. 41 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio .

I Comuni in tale fase predispongono un **primo programma di attuazione** degli interventi relativi alle grandi strutture. Per la verifica e realizzazione di tale programma i Comuni proponenti chiedono alla Provincia la convocazione di una Conferenza di pianificazione alla

quale dovranno partecipare anche la Regione e i Comuni dell'ambito sovracomunale interessato al fine di raggiungere un accordo di pianificazione vincolante per le deliberazioni delle Conferenze di servizi per l'autorizzazione (ex art. 11 L.R. 14/99). In tale sede la Regione verifica anche la realizzazione delle procedure e degli atti previsti dalla normativa vigente.

La Regione interviene affinché:

- a) la Conferenza dei servizi (ex art. 7 L.R. 14/99) realizzi l'adeguamento dei PRG con l'indicazione delle aree idonee all'insediamento di grandi e medie strutture di vendita tra quelle già comprese per la funzione commerciale nei PRG vigenti o adottati
 - provveda alla ricognizione e indicazione dei poli funzionali esistenti, in raccordo con quanto stabilito all'art. A15 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio, individuando come tali quelle aree aventi le caratteristiche stabilite nei criteri regionali (punto 1.8 secondo comma) con almeno 5ha di superficie territoriale e già individuate nei PTCP o nei PRG vigenti; demandando all'aggiornamento sopra indicato dei PTCP, con i "Piani per gli insediamenti commerciali..." la ulteriore eventuale programmazione di nuovi poli funzionali con le modalità indicate dalla Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio.
- b) i programmi di attuazione predisposti dai Comuni e validati con gli accordi di pianificazione sopra indicati siano realizzati, attuando gli obiettivi indicati al precedente punto 2.e.2 e i Criteri di cui al punto 2d.

Per i piani operativi per gli insediamenti commerciali dei Comuni vengono esaminate prioritariamente le domande per l'apertura di grandi strutture di vendita presentate alla Regione prima del 24 aprile 1998 (art.19 L.R.14/99).

- c) su tali programmi sia realizzata la consultazione con le organizzazioni del commercio, sindacali e dei consumatori più rappresentative, come indicato dall'art. 9 del D.Lgs. n. 114/1998 e dall'art. 11 della L.R. 14/1999

La priorità di attuazione, all'interno degli ambiti definiti idonei in sede di Conferenza dei servizi, verrà applicata, per ordine cronologico di presentazione delle domande, fino al momento in cui l'autorizzazione comporterebbe il superamento del valore massimo dell'intervallo di variazione della dotazione definito per l'intera provincia.

L'esame delle proposte viene effettuato in sede di Conferenza dei servizi Comune - Provincia - Regione nel rispetto dei criteri di graduazione di cui al par. 2.e, e sulla base dei criteri specifici di valutazione relativi alle scelte autorizzative, di cui al punto 3 del presente atto.

La fase di prima attuazione ha durata triennale e comunque fino all'approvazione dei nuovi PTCP. Decorso tale termine, saranno esaminate soltanto le domande relative a previsioni urbanistiche che saranno contenute nei nuovi PTCP e negli strumenti attuativi dei Comuni.

3. CRITERI RELATIVI ALLE SCELTE AUTORIZZATIVE IN SEDE DI CONFERENZA DEI SERVIZI COMUNE-PROVINCIA-REGIONE

3.a Criteri specifici di valutazione di impatto dei progetti di insediamento

3.a.1 Condizione preliminare: la proposta rientra nei criteri di priorità che la Provincia e i Comuni hanno definito per l'attuazione del programma di insediamenti commerciali (condizione rispettata con l'inserimento nel P.O.C.)

3.a.2 Congruenza urbanistica: coerenza con il quadro delle azioni di riqualificazione previste dal Piano, e con le politiche di valorizzazione delle zone storiche (condizione rispettata con l'inserimento nel P.O.C.)

3.a.3 Tempi di attuazione: coerenza con il quadro infrastrutturale e con il complesso delle condizioni al contorno previste in sede di PTCP e PRG

3.a.4 Impatto ambientale e possibilità di mitigazione

- Stima del traffico generato e attratto nelle giornate e ore di punta. Effetti di redistribuzione del traffico sulla rete stradale esistente e valutazione dell'esito globale;
- Clima acustico della zona, effetti di inquinamento connesso al traffico previsto, in rapporto all'importanza e alla prossimità dei potenziali "bersagli" più significativi
- Atmosfera: situazione attuale e stima degli effetti indotti dalle emissioni (CO₂, polveri)
- Acque superficiali: alterazione del regime idrico superficiale, possibilità di smaltimento delle acque piovane in rapporto alla capacità della rete e dei corpi idrici recettori
- Paesaggio: struttura percettiva e struttura storico-culturale; modifiche rilevanti indotte dal progetto
- Inquinamento dell'acquifero sotterraneo (acque di prima pioggia); uso dell'acqua piovana: possibilità di effettuare la depurazione delle acque di prima pioggia (particolarmente inquinate), attraverso rete separata o depurazione in loco; possibilità di accumulo di acqua piovana e riuso in loco
- Impatti energetici: consumi previsti, possibilità di contenimento
- Adeguamenti e mitigazioni previste dal progetto proposto: efficacia, danni residui. Possibilità di introdurre in sede di autorizzazione prescrizioni specifiche relative alla realizzazione di interventi infrastrutturali, e alla ulteriore riduzione dei rischi e mitigazione dei danni ambientali

3.a.5 Impatto socioeconomico: effetti occupazionali specifici dell'iniziativa, effetti sulla qualità dei servizi al consumatore

3.a.6 Valutazione dell'innovatività della tipologia commerciale proposta, in rapporto al quadro delle tipologie presenti sul territorio

3.a.7 Criteri in fase di attuazione: le autorizzazioni per i parchi commerciali vengono rilasciate ad ogni singola struttura, ove necessarie, previa approvazione e convenzionamento del progetto complessivo.

3.a.8 Valutazione della solidità economico-finanziaria del progetto: i Comuni e le Conferenze dei servizi devono valutare la coerenza delle informazioni e delle previsioni fornite dal promotore, per evitare i rischi per l'ambiente e per il tessuto socioeconomico connessi al possibile fallimento di iniziative non adeguatamente progettate e sostenute.

3.b Indirizzi progettuali e requisiti per la valutazione delle proposte

In sede di Conferenza dei Servizi Comune-Provincia-Regione ex art. 11 L.R. 14/99 le proposte vengono valutate anche con riferimento ai seguenti indirizzi progettuali e requisiti, che possono assumere il ruolo di criteri di preferenza nel caso di domande concorrenti per l'attuazione dello stesso intervento, o nel caso di adozione di procedure di cui all'art. 30, comma 9 della Legge regionale contenente la disciplina generale sulla tutela e l'uso del territorio come specificato al punto 2.e.2

- Progetti che aumentano il livello di servizio ai consumatori, sia quantitativo (riducendo le situazioni di maggiore distanza dai livelli di servizio auspicati a livello locale), che qualitativo, in quanto tipologie innovative non presenti o scarsamente presenti sul mercato locale.
- Valutazione della coerenza della funzione che si intende svolgere nella proposta rispetto all'insieme dell'offerta commerciale. A questo proposito si possono definire quattro tipologie funzionali principali: convenienze legata alla prossimità, convenienze legata a grandi flussi di traffico (stazioni, aeroporti, ...), attrazione, shopping. Integrazione nella valutazione delle proposte e nelle forme di autorizzazione delle attività para commerciali ed extra commerciali necessarie al corretto svolgimento delle funzioni della struttura integrata
- Progetti con maggiori sinergie funzionali rispetto al contesto (interscambio tra grande struttura, parcheggi, pubblici esercizi e altri servizi delle zone urbane)
- Progetti che utilizzano innovazioni nell'organizzazione e nella struttura di vendita, ad esempio i cosiddetti "servizi d'acquisto", che riguardano il livello di accoglienza, la struttura degli assortimenti, le modalità di pagamento, gli orari di apertura, ecc.
- Progetti che presentano modalità di gestione dei servizi logistici (differenti dall'e-commerce) innovativi, riguardanti il trasporto, lo stoccaggio, il packaging dei prodotti e lo smaltimento degli imballaggi.
- Preferenza ai progetti che favoriscono la concorrenza intra-type per incrementare l'offerta e la possibilità di scelta dei consumatori, evitando il rischio di posizioni oligopolistiche che danneggiano il consumatore."

ALLEGATO 4

**Delibera del Consiglio provinciale di Bologna n. 6
Del 18/01/00**

DELIBERA DEL CONSIGLIO PROVINCIALE N. 6 DEL 18/01/2000

Oggetto: Individuazione di ambiti sovracomunali rilevanti ai fini della pianificazione territoriale degli insediamenti commerciali.

IL CONSIGLIO

Richiamato il D.Lgs. 31 marzo 1998 n. 114, il quale, in attuazione di quanto previsto dalla L. 15 marzo 1997 n. 59, art. 4, comma 4, lett. c, ha riformato la disciplina relativa al settore del commercio, al fine di promuovere la competitività delle imprese e la razionalizzazione della rete commerciale, anche in relazione all'obiettivo del contenimento dei prezzi e dell'efficienza della distribuzione;

Atteso che in relazione al richiamato D.Lgs. 114/98 la Regione Emilia Romagna ha provveduto con L.R. 5 luglio 1999 n. 14 a definire le funzioni amministrative in materia di commercio in sede fissa prevedendo in particolare che:

- la Regione determina gli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali, per la realizzazione dei quali promuove un processo di programmazione degli insediamenti medesimi, ai quali concorrono i Comuni e le Province. Il concorso di Comuni e Province a tale processo si attua in sede di prima applicazione della normativa, richiamata tramite la realizzazione di apposita Conferenza dei Servizi;
- le Province provvedono, sulla base degli indirizzi espressi dalla Regione (all'art. 2, della citata L.R.) e dei criteri di pianificazione territoriale e urbanistica espressi dal Consiglio Regionale con proprio provvedimento, a individuare gli ambiti territoriali di rilievo sovracomunale rilevanti ai fini della pianificazione territoriale degli insediamenti commerciali, ai sensi dell'art. 5 disposto dalla stessa L.R., il quale prevede:

“Le Province individuano con il PTCP gli ambiti territoriali rilevanti ai fini della programmazione commerciale di cui alle lettere a) e b) del comma 3 dell'art. 6 del D.Lgs. 114/98 e delle aree di cui all'art. 9, in coerenza con le scelte di sviluppo dei sistemi insediativi, ambientali, socioeconomici e della mobilità.

Le Province in conformità ai criteri regionali di cui all'art. 4, provvedono in particolare a definire le indicazioni di natura urbanistica e territoriale per la localizzazione delle aree per grandi strutture di vendita e delle aree per medie strutture di vendita che, per dimensionamento e collocazione, assumono rilevanza sovracomunale”;

Vista la Deliberazione del Consiglio Regionale n. 1253 del 23/9/99 ad oggetto “Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa, in applicazione dell'art. 4 della L.R. 5 luglio 1999 n. 14”;

Richiamati in particolare i punti 2.1.2 e 2.1.3 di tale deliberazione che prevedono:

- 2.1.2: Le Province o la Conferenza dei servizi, per l'individuazione degli ambiti sovracomunali rilevanti ai fini della programmazione commerciale, tengono conto in primo luogo dell'assetto e della gerarchizzazione del sistema insediativo e delle aree sovracomunali di gravitazione determinate dall'assetto delle reti dei servizi e delle reti infrastrutturali; a questo riguardo costituisce riferimento la definizione delle “città regionali” e dei “centri ordinatori” come definiti dal Piano Territoriale Regionale e dai Piani Territoriali di Coordinamento Provinciale vigenti. In secondo luogo tengono conto di eventuali specifiche connotazioni delle gravitazioni commerciali evidenziate da analisi sulla mobilità e sulle abitudini di acquisto;
- 2.1.3: Le Province, con i P.T.C.P. o la Conferenza dei Servizi, in fase di prima attuazione, nei limiti delle competenze di cui alla L.R. 14/99, articolano le proprie previsioni individuando di norma:
 - a) gli eventuali ambiti territoriali idonei alla collocazione delle aree che costituiscono parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale, ovvero i poli funzionali programmati in relazione alla capacità di sopportare forte attrazione di mobilità, idonei alla localizzazione di centri commerciali integrati di livello superiore e di aree commerciali integrate di livello superiore;
 - b) le aree sovracomunali configurabili come bacino di utenza per gli insediamenti commerciali e per le eventuali restanti grandi strutture di vendita, centri commerciali e aree commerciali integrate, considerando

- l'intero territorio provinciale e individuando, in prima approssimazione, un bacino di utenza per ciascuno dei centri urbani riconosciuti come 'città regionali' o 'centri ordinatori';
- c) eventuali sub-partizioni delle aree sovracomunali di cui alla lettera precedente, qualora, in relazione alle caratteristiche orografiche e infrastrutturali del territorio, si configurino come specifici bacini di utenza per strutture di vendita di medio-grandi dimensioni che sono di più limitata attrazione sovracomunale;

Considerato

che la Provincia di Bologna individua in primo luogo due grandi ambiti corrispondenti alle aree di gravitazione delle due "città regionali" comprese nel proprio territorio, ossia Bologna e Imola, quali ambiti di riferimento per la valutazione delle scelte relative alle medie e grandi strutture di vendita e delle aree commerciali integrate, con particolare riferimento a quelle di livello superiore;

che questa individuazione corrisponde agli indirizzi forniti dalla Regione nei richiamati "Criteri" laddove richiamano esplicitamente le aree di gravitazione intorno a ciascuna città regionale;

che l'ambito gravitante sulla città regionale di Bologna, ossia l'intera provincia meno il territorio imolese, può essere inoltre assunto validamente come "area metropolitana omogenea" nei termini e secondo il senso dato a questa espressione nell'art. 6 del D.Lgs.114/98, ossia "al fine di pervenire ad una programmazione integrata fra centro e realtà periferiche"; questa scelta è coerente con gli atti di pianificazione assunti dalla Provincia e, in particolare, con il Piano Territoriale Infraregionale vigente, che evidenzia e riconosce il forte e diffuso livello di integrazione di tutto questo territorio;

Che l'individuazione del territorio imolese come autonomo ambito è coerente con l'intera storia recente degli atti di pianificazione della Provincia di Bologna, che ha sempre individuato questo territorio come avente una propria strutturazione del sistema insediativo e dei servizi anche di livello superiore e, quindi, un proprio sistema di gravitazione; ciò ha determinato, nei diversi momenti, la costituzione prima di un Comprensorio che elaborò un proprio Piano Comprensoriale, poi di un'Assemblea dei Comuni chiamata all'elaborazione ed approvazione di un proprio Piano Territoriale Infraregionale, ed ora un Circondario con specifiche attribuzioni;

Che nell'istituzione del Circondario e negli atti di programmazione più recenti (Ambiti di concertazione delle politiche urbanistiche comunali nel quadro dello Schema Direttore Metropolitano) è stato considerato aggregato al territorio imolese anche il Comune di Medicina, per le crescenti correlazioni fra i Comuni di Medicina, Castel Guelfo e Castel S. Pietro lungo l'asse della Strada S. Carlo e questa scelta viene ribadita in questa sede;

Ritenuto invece di doversi discostare dalle indicazioni, peraltro orientative, espresse dalla Regione riguardo alla possibile individuazione di ulteriori ambiti riferiti a ciascuno dei "centri ordinatori dell'armatura urbana", ossia, nel caso bolognese, i centri di Budrio, Porretta Terme e S. Giovanni in Persiceto.

Gli atti di pianificazione provinciale e i dati disponibili sulla mobilità evidenziano il basso grado di 'autocontenimento' dei sistemi locali gravitanti su Budrio e S. Giovanni. Mostrano, in altre parole, che pur esistendo intorno a questi due centri dei sistemi locali di gravitazione, sono tuttavia più dense le relazioni con il capoluogo; anche dal punto di vista settoriale, le conoscenze disponibili sui movimenti per acquisti dimostrano il forte grado di evasione verso le strutture commerciali dell'area centrale della provincia. Si ritiene più lecito, quindi, considerare le aree intercomunali intorno a questi due centri come sub-ambiti dell'ambito bolognese più che come ambiti sovracomunali da considerare autonomamente;

Che per quanto riguarda il centro ordinatore di Porretta Terme, i dati disponibili sui movimenti di gravitazione evidenziano che il gruppo di comuni dell'Alto Reno è quello, in tutta la provincia, che mostra il più alto grado di 'autocontenimento', ossia una prevalenza di movimenti interni all'area rispetto a quelli in entrata-uscita. Da questo punto di vista si potrebbero considerare i Comuni dell'Alto Reno come un ambito di programmazione con un buon grado di autonomia. Tuttavia, il modesto peso demografico complessivo non riesce a costituire un bacino di mercato sufficiente per strutture commerciali di grande attrazione e risulta, quindi, anche in questo caso, un forte livello di

evasione. Si ritiene, pertanto, di considerare l'area intercomunale intorno al centro ordinatore di Porretta come sub-ambito dell'ambito bolognese;

Ritenuto, inoltre, opportuno che l'intero territorio dell'ambito bolognese sia articolato in una serie di sub-ambiti, non solo, quindi, con riferimento ai tre centri ordinatori già richiamati, ma anche con riferimento alle diverse direttrici infrastrutturali e insediative che si dipartono dal cuore metropolitano. Si sono quindi individuati come sub-ambiti tutte le diverse Aree di concertazione delle politiche urbanistiche che sono state oggetto degli "Accordi attuativi per lo Schema Direttore Metropolitano bolognese";

Che questa articolazione dell'ambito bolognese, da un lato, corrisponde a processi di concertazione intercomunale che si intende consolidare, anche nell'occasione della Conferenza dei Servizi prevista dalla L.R.14/99, dall'altro, con alcune avvertenze, risulta essere significativa anche ai fini della valutazione di taluni aspetti della programmazione delle strutture commerciali;

Che alcuni di questi sub-ambiti, infatti, nel territorio collinare e montano, corrispondono ai sistemi insediativi vallivi, altri, nella pianura, corrispondono a robuste e strutturate direttrici insediative. Ciascuno di questi può quindi essere assunto come utile riferimento ai fini di valutare eventuali valenze sovracomunali di taluni tipi di strutture commerciali e relative previsioni urbanistiche. Va, comunque, precisato che non si intende attribuire a questi sub-ambiti valenze che esulino dai limiti circoscritti soprarichiamati, in particolare:

- le condizioni di forte integrazione dell'intero ambito bolognese impediscono di ricondurre a questi sub-ambiti, come a qualsiasi altra possibile ripartizione amministrativa del territorio, i bacini di utenza delle maggiori strutture di vendita, sia del settore alimentare che di quello non alimentare;
- va evidenziato il significato meramente residuale e strumentale del sub-ambito corrispondente al solo comune di Bologna, il quale viceversa intrattiene le più strette integrazioni con ciascuno dei sub-ambiti confinanti e nel contempo non è evidentemente riconducibile in modo esclusivo ad alcuno di essi.

Ritenuto, inoltre, in termini di prima selezione a grande scala, di individuare quale campo di possibile applicazione delle specifiche disposizioni di cui alla lettera a) del comma 1 dell'art. 10 del D.Lgs. 114/98 il territorio di tutti i Comuni che fanno parte delle Comunità montane;

Che all'interno di questa prima ampia selezione si ritiene di individuare quale campo di possibile applicazione i centri minori e i nuclei, come definiti dall'ISTAT, con popolazione inferiore a 700 abitanti;

Che ciascun Comune facente parte delle Comunità Montane individuerà specificamente le singole località con popolazione inferiore a 700 abitanti "nelle quali non risulti possibile garantire un'adeguata presenza di esercizi di vicinato", nelle quali intende applicare le disposizioni di cui all'art. 9 della L.R. 14/99;

Precisato che la L.R. 14/98 imposta i principi di una programmazione della rete commerciale che prevede la definizione di un nuovo sistema di regole per la qualificazione e un equilibrato sviluppo della rete distributiva basata in particolare:

- a) sulla promozione e qualificazione delle attività commerciali esistenti con il fine preciso di migliorare la condizione dei tessuti commerciali urbani e per evitare processi di desertificazione in zone non altamente popolate;
- b) sulla compatibilità urbanistica e territoriale degli insediamenti commerciali destinati alle medie e grandi strutture di vendita;

Che per quanto riguarda il punto a), la Provincia di Bologna già in passato si è impegnata, anche finanziariamente, per impostare una metodologia progettuale per la qualificazione dei centri storici della Provincia, mediante convenzione pubblico-privato, tesa ad una rivalutazione commerciale dei centri urbani, al fine di evitare una loro progressiva perdita di capacità attrattiva nei confronti dell'utenza, accentuata, molto spesso, da una prolungata crisi di posizionamento e di ruolo funzionale nei confronti dell'intero tessuto socio-economico urbano;

Che questo impegno viene ribadito e rafforzato mediante un'attività di costante supporto ai Comuni anche alla luce di una prossima delega alle Province della gestione della L.R. 41/98 di incentivi alle

attività commerciali che intendano realizzare, insieme alle pubbliche amministrazioni, piani di sviluppo commerciale;

Che per quanto riguarda il punto b), alla Provincia viene delegata, in un primo momento, l'indizione di una Conferenza di Servizi per la valutazione delle aree idonee ad attività commerciali medie e grandi;

Che al termine della Conferenza la Provincia eserciterà, unitamente a Comuni e Regione, enti delegati dall'art. 9 del D. Lgs. 114/98 ad autorizzare l'apertura di grandi strutture di vendita mediante Conferenza di Servizi, una funzione attiva al fine di una regolazione della presenza delle grandi strutture di vendita, tale da garantire la qualificazione degli insediamenti e la loro compatibilità per quanto concerne la rete commerciale esistente, il traffico, l'ambiente secondo gli indirizzi in via di emanazione da parte della Regione;

Visto il parere favorevole espresso a maggioranza dalla 4^a Commissione Consiliare e dalla 3^a Commissione Consiliare, riunite per l'occasione in seduta congiunta, in data 14 gennaio 2000;

Dato atto dei pareri favorevoli espressi, ai sensi dell'art. 53 della legge 08/06/1990 n. 142, dal Dirigente del SERVIZIO APICALE ARTIGIANATO COMMERCIO E INDUSTRIA in relazione alla regolarità tecnica, dal Responsabile di Ragioneria per la regolarità contabile, nonché la dichiarazione di conformità giuridico-amministrativa resa dal Segretario Generale, pareri e dichiarazioni acquisiti ed allegati quale parte integrante e sostanziale della corrispondente proposta;

DELIBERA

1. di individuare due grandi ambiti corrispondenti alle aree di gravitazione delle due "città regionali" comprese nel territorio della Provincia di Bologna: Imola e Bologna quali ambiti di riferimento per la valutazione delle scelte relative alle medie e grandi strutture di vendita e delle aree commerciali integrate, in particolare riferimento a quelle di livello superiore;
2. di individuare, come sub-ambiti, le aree oggetto di concertazione delle politiche urbanistiche e degli accordi attuativi per lo schema Direttore Metropolitan Bolognese al fine della valutazione di eventuali valenze sovracomunali di taluni tipi di strutture commerciali;
3. di individuare, quale campo di possibile applicazione delle specifiche disposizioni di cui alla lettera a), del comma 1), dell'art. 10 del D. Lgs. 114/98, il territorio di tutti i Comuni che fanno parte delle Comunità Montane e più precisamente i centri nuovi e i nuclei, come definiti dall'ISTAT, con popolazione inferiore a 700 abitanti;
4. di assumere per i lavori della Conferenza di Servizi prevista dall'art. 7 della L.R. n. 14/99 e, più in particolare, per verificare le scelte delle aree da destinare a medie strutture di rilevanza Comunale e per l'individuazione degli ambiti idonei per la localizzazione di grandi strutture di vendita e di medie strutture di rilevanza sovracomunale, gli indirizzi contenuti nella Delibera di Consiglio Regionale n. 1253 del 23/9/99 "Criteri di pianificazione territoriale ed urbanistica riferiti alle attività commerciali in sede fissa" nonché gli indirizzi espressi nell'allegato documento che costituisce parte integrante e sostanziale del presente provvedimento.

ALLEGATO 5

**Proposta di normativa da inserire nelle NTA dei PRG
per l'adeguamento alle nuove disposizioni di urbanistica commerciale**

PROPOSTA NORMATIVA DA INSERIRE NELLE NTA DEI PRG PER L'ADEGUAMENTO ALLE NUOVE DISPOSIZIONI DI URBANISTICA COMMERCIALE¹

All'interno di questo capitolo viene riportata la normativa-tipo, elaborata in collaborazione con il servizio Urbanistica, che ha costituito un utile riferimento per i tecnici comunali o per gli incaricati del Comune ai fini dell'adeguamento normativo dei PRG.

Tale normativa tipo è stata redatta sotto forma di articolo specifico da inserire all'interno dell'articolato delle NTA; nelle intenzioni esso sostituisce tutte le definizioni e modalità di intervento nel settore delle attività commerciali senza modificare il testo originario delle norme, ma sovrapponendosi e sostituendosi ad esso.

Questo tipo di adeguamento, senz'altro più speditivo, porta ad una lettura meno omogenea ed intuitiva della normativa tecnica aggiornata. Per questo motivo si è ritenuto preferibile indicare, laddove i tempi e le professionalità disponibili fossero sufficienti, una modalità di adeguamento che riportasse i concetti contenuti nell'articolo-tipo all'interno dell'intero articolato normativo, sostituendo ed integrando definizioni e modalità anche negli articoli specifici delle singole zone urbanistiche definite dai PRG.

ARTICOLO XX - Urbanistica commerciale

Tutto quanto previsto ai successivi paragrafi del presente articolo, sostituisce in toto tutte le definizioni, modalità e standard, riferiti al settore delle attività commerciali, riportati negli articoli precedenti alle presenti norme.

Paragrafo 1) – Definizioni

1. Ai sensi del Decreto Legislativo n. 114/98, della L.R. n. 14/99 e della Deliberazione del Consiglio Regionale n. 1253 del 23 settembre 1999, le attività commerciali al dettaglio in sede fissa vengono classificate per "settore merceologico" e per "tipologia di esercizi" in funzione della dimensione della "superficie di vendita".
2. Si definisce *superficie di vendita (SV)* di un esercizio commerciale: la misura della superficie o delle superfici destinate alla vendita, comprese quelle occupate dai banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita. Si esclude, quindi, la superficie dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici e altri servizi per i quali non è previsto l'ingresso ai clienti, nonché gli spazi di "avancassa" purché non adibiti all'esposizione delle merci.
3. *I settori merceologici* individuati sono i seguenti:
 - a) vendita di prodotti alimentari
 - b) vendita di prodotti non alimentari
4. Le *tipologie fondamentali di esercizi commerciali*, in termini di classi dimensionali sono le seguenti:
 - a) esercizi di vicinato: gli esercizi di piccole dimensioni aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq
 - b) medio-piccole strutture di vendita: gli esercizi aventi superficie di vendita superiore a 150 mq e fino a 400 mq e superiore a 400 mq e fino a 800 mq
 - c) medio-grandi strutture di vendita: gli esercizi e i centri commerciali aventi superficie di vendita superiore a 800 mq e fino a 1500 mq
 - d) grandi strutture di vendita di livello superiore: le grandi strutture di vendita alimentari di almeno 4.500 mq di superficie di vendita e le grandi strutture di vendita non alimentari di almeno 10.000 mq di superficie di vendita.

¹ Questo documento è stato preparato in collaborazione con l'arch. Pietro Vignali

Nel caso di esercizi che vendono prodotti alimentari e non alimentari, ai fini degli standard si applicano le norme riferite agli esercizi del settore alimentare, salvo che la superficie di vendita riservata al settore alimentare risulti inferiore al 3% di quella complessiva.

5. Si definisce *centro commerciale* una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. I centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.). Per superficie di vendita di un centro commerciale, si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti. Nell'ambito dei centri commerciali si definiscono:
- a) superficie di vendita fino a 150 mq, salvo la presenza di una medio-piccola struttura di *centri commerciali di vicinato*, quelli nei quali gli esercizi considerati singolarmente hanno una vendita (fino a 400 mq o a 800 mq);
 - b) *centri commerciali di attrazione di livello superiore* se comprensivi di grandi strutture alimentari di livello superiore (almeno 4.500 mq) o comunque di medie o grandi strutture alimentari le cui superfici di vendita complessivamente superano i 4.500 mq, o di grandi strutture non alimentari di livello superiore (almeno 10.000 mq) o comunque di medie o grandi strutture non alimentari le cui superfici di vendita complessivamente superano i 10.000 mq;
 - c) *centri commerciali di attrazione di livello inferiore* se comprensivi di medie e/o di grandi strutture le cui superfici risultano complessivamente inferiori ai limiti di 4.500 mq di superficie di vendita per le strutture alimentari e di 10.000 mq per le strutture non alimentari e con superficie territoriale non superiore a 5 ettari;
 - d) non costituisce centro commerciale un'aggregazione di esercizi di vendita nell'ambito di una o più unità edilizie destinate anche ad altre funzioni non commerciali, costituita da più esercizi di vicinato, eventualmente con la presenza anche di medio-piccole strutture di vendita e da esercizi paracommerciali e ricreativi con accessi separati ancorchè collocati in contenitori contigui e caratterizzati da attrattività unitaria per gli utenti.

Per tali aggregazioni definite "*complessi commerciali di vicinato*" o "*gallerie commerciali di vicinato*" non si considera la superficie di vendita complessiva, ma si procede con riferimento ai singoli esercizi.

6. Si definisce *area commerciale integrata* un'area interessante almeno due ettari di superficie territoriale specialmente destinata al commercio, all'interno della quale esista o venga progettata una pluralità di edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari. L'area commerciale integrata deve comprendere più strutture di medie e/o grandi dimensioni. Essa è configurabile come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti e dotata di servizi esterni comuni (quali parcheggi, percorsi pedonali, parchi gioco per ragazzi e simili), ma costituita da più unità edilizie autonome realizzate o da realizzarsi anche in tempi diversi. Il livello dell'area commerciale integrata è definito dalla presenza o meno di singole strutture di livello superiore o dalla superficie territoriale totale. Si definisce quindi di livello superiore l'area commerciale integrata che comprende più strutture di cui almeno una grande struttura di livello superiore alimentare o non alimentare e comunque qualora superi la superficie territoriale di 5 ettari. Tali aree sono definite poli funzionali in quanto costituite da parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale e a forte attrattività.

Paragrafo 2) – *Rapporto tra le zone omogenee e la previsione di esercizi commerciali*

1. In riferimento alla zonizzazione del P.R.G., le attività commerciali sono ammesse per ogni ambito individuato nelle planimetrie n. allegate, secondo le seguenti specifiche:

Segue descrizione degli usi commerciali ammessi nelle zone urbanistiche all'interno degli ambiti individuati nelle planimetrie

Paragrafo 3) – *Interventi ammessi*

1. Gli interventi ammessi sono quelli previsti negli articoli precedenti per ogni zona omogenea.

Paragrafo 4) – *Modalità di attuazione*

- intervento edilizio diretto per gli esercizi commerciali di vicinato con denuncia inizio attività (D.I.A.)
- autorizzazione per le medio-piccole e medio-grandi strutture di vendita (art. 13 L.R. n. 14/99)
- autorizzazione e/o concessione edilizia per le grandi strutture di vendita (art.11 L.R. n. 14/99).

Paragrafo 5) – *Standard urbanistici*

A) *Standard pubblici:*

1. *Parcheggi pubblici:* la dotazione minima di parcheggi pubblici è 40 mq/100 mq di SC; i parcheggi pubblici devono essere realizzati e ceduti all'Amministrazione comunale.
2. *Verde pubblico:* la dotazione minima di verde pubblico è 60 mq/100 mq di SC; il verde pubblico deve essere realizzato e ceduto all'Amministrazione comunale.
3. Gli *standard* non possono essere monetizzati nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione.
4. Gli *standard* possono essere monetizzati:
 - a) nell'ambito del "Progetto di valorizzazione commerciale" individuato nella planimetria n. 1;
 - b) nel caso di interventi di ristrutturazione edilizia o di ampliamento di strutture di vendita preesistenti, entro il limite massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata e purché non si superi con l'ampliamento il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;
 - c) nel caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali di vicinato, purché nell'ambito dei centri storici e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti.
5. I proventi della *monetizzazione* saranno utilizzati nell'ambito del contesto urbano coinvolto dall'intervento e comunque nelle aree individuate dal Piano dei Servizi, per realizzare parcheggi pubblici e verde pubblico, nonché miglioramenti dell'accessibilità con mezzi pubblici o piste ciclabili.

B) *Standard privati di uso pubblico*

1. *Parcheggi pertinenziali:* i parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni, o loro porzioni (che rimangono in carico alla proprietà privata), adibiti al parcheggio di veicoli, al servizio esclusivo di un determinato insediamento commerciale.
2. Nei parcheggi pertinenziali, le dimensioni lineari del singolo posto auto, al netto degli spazi di manovra, non devono essere inferiori a m. 2,50 x 4,80.
3. Ai fini del rispetto della legge n° 122/89, la superficie convenzionale di un "posto auto", comprensiva dei relativi spazi di disimpegno, si considera pari a mq. 25.
4. Localizzazione e organizzazione dei parcheggi pertinenziali di uso comune. I parcheggi pertinenziali di un esercizio commerciale o centro commerciale devono essere di uso comune, ossia destinati a tutti i clienti. Pertanto devono essere collocati e organizzati in modo da essere accessibili liberamente e gratuitamente dai clienti stessi; possono trovarsi all'interno di recinzioni, ma in tal caso le chiusure degli accessi devono essere eventualmente operanti solamente nelle ore e nei giorni in cui l'attività di cui sono pertinenza è chiusa.
I parcheggi pertinenziali sono in generale localizzati nella stessa unità edilizia che contiene l'unità o le unità immobiliari di cui sono pertinenza; possono anche essere localizzati in altra area o unità edilizia posta nel raggio di cento metri al massimo, purché permanentemente asservita alla funzione di parcheggio pertinenziale e purché collegata alla struttura di vendita con un percorso pedonale protetto (marciapiede, pista ciclabile, attraversamento segnalato) e privo di barriere architettoniche.
I parcheggi pertinenziali devono essere collocati in area distinta dai parcheggi pubblici e dalle aree a verde pubblico, senza sovrapposizioni.

Nel caso di strutture di vendita con più di cento dipendenti per turno di lavoro, deve essere individuata, nell'ambito dei parcheggi pertinenziali, una porzione specifica destinata ai dipendenti della struttura. Nel caso di strutture con parcheggi pertinenziali per una capienza complessiva di più di 100 posti-auto e dislocati in più gruppi di posti-auto con accessi differenziati, è prescritto l'impianto di segnalamento automatico che indirizzi gli utenti verso l'accesso più opportuno in relazione alla disponibilità di posti. In ogni caso devono essere assicurate efficaci soluzioni di accesso e adottati tutti gli accorgimenti necessari ad agevolare la fruizione dei parcheggi e l'accessibilità da questi punti di vendita, con particolare riferimento al superamento delle barriere architettoniche.

5. Caratteristiche tipologiche dei parcheggi pertinenziali. I parcheggi pertinenziali possono essere realizzati in superficie e alberati, oppure in soluzioni interrato o fuori terra, anche multipiano, salvo diverse prescrizioni stabilite dal P.R.G.

Nel caso di grandi parcheggi sono da preferire le soluzioni interrato e/o pluripiano che minimizzino l'estensione della superficie che viene impermeabilizzata. Tali soluzioni vanno prescritte in particolare nel caso di parcheggi pertinenziali di capienza superiore a 100 posti-auto in aree a elevata permeabilità, quali i terrazzi fluviali e i conoidi dell'alta pianura.

6. Dotazione minima di aree destinate a parcheggi pertinenziali:

tipologia	Alimentare	non alimentare
	1 posto auto ogni:	1 posto auto ogni:
esercizi di vicinato (fino a 150 mq)	83 mq di SV ovvero (30 mq/100 mq di SV)	83 mq di SV ovvero (30 mq/100 mq di SV)
oltre 150 e fino a 400 mq	30 mq di SV ovvero (83,2 mq/100 mq di SV)	40 mq di SV ovvero (62,5 mq/100 mq di SV)
oltre 400 e fino a 800 mq	18 mq di SV ovvero (139 mq/100 mq di SV)	25 mq di SV ovvero (100 mq/100 mq di SV)
oltre a 800 e fino a 1500 mq	13 mq di SV ovvero (192,3 mq/100 mq di SV)	20 mq di SV ovvero (125 mq/100 mq di SV)
oltre a 1500	8 mq di SV ovvero (312,5 mq/100 mq di SV)	16 mq di SV ovvero (156,2 mq/100 mq di SV)

7. *Centri commerciali*: la dotazione richiesta è pari a quella che risulta considerando la somma delle superfici di vendita degli esercizi per la vendita di prodotti alimentari e non alimentari, a cui si applicano, in funzione delle superfici complessive, gli standard di cui alla tabella precedente. Nel caso in cui siano presenti altre funzioni (pubblici esercizi, attività terziarie, attività ricreative, ecc.), i parcheggi pertinenziali devono essere ampliati in funzione della dotazione di tali funzioni (30 mq/100 mq di Su).

8. Nel caso di centri commerciali, complessi commerciali di vicinato o aree commerciali integrate, alle dotazioni richieste di parcheggi pertinenziali relativi alle attività commerciali si sommano le dotazioni relative alle altre eventuali funzioni presenti o previste (pubblici esercizi, attività terziarie, attività ricreative, ecc.) nella misura minima di 30 mq/100 mq di Su.

9. Nel caso che le diverse attività previste utilizzino i parcheggi pertinenziali in comune in fasce orarie diverse, sono ammissibili corrispondenti riduzioni delle quantità prescritte.

10. *Casi di possibile riduzione delle dotazioni.* Possono essere previste riduzioni (non superiori al 50%) della dotazione di parcheggi pertinenziali nei soli seguenti casi:

- a) nell'ambito di "progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane" di cui all'art. 8 della L.R. 14/99, qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga in misura significativa a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri e purché gli interventi siano limitati alla ristrutturazione edilizia e al cambio d'uso. Le dotazioni di cui al punto precedente sono comunque richieste in caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione con ricostruzione, di nuova costruzione;
- b) in caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della superficie di vendita precedentemente autorizzata e purché non si superi, con l'ampliamento, il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;
- c) in caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali in cui non siano compresi esercizi che superano la dimensione degli esercizi di vicinato, purché nell'ambito delle aree centrali o nelle aree costituenti fasce urbane di prima periferia e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti.

Nei suddetti casi, in alternativa, può essere richiesta, in sede di rilascio della concessione edilizia la realizzazione di opere di arredo urbano o di miglioramento dell'accessibilità urbana a piedi o con veicoli leggeri.

11. *Posti per motocicli e biciclette.* In aggiunta alle dotazioni prescritte di posti-auto, devono essere previsti adeguati spazi da destinare alla sosta di cicli e moto, con particolare riferimento alle medie strutture di vendita.

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

Per le medio-grandi strutture di vendita di prodotti alimentari tale area deve essere delimitata rispetto le aree di parcheggio, quanto meno con una idonea segnaletica orizzontale e verticale.

Per le grandi strutture di vendita l'area di cui sopra deve essere delimitata con alberature e/o elementi artificiali eventualmente amovibili e deve essere raccordata con l'innesto sulla viabilità pubblica con un percorso differenziato rispetto ai percorsi dei veicoli dei clienti.

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

ALLEGATO 6

Norme sul procedimento e definizione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni per le medie strutture di vendita e norme sul procedimento per l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento di superficie degli esercizi di vicinato

NORME SUL PROCEDIMENTO E DEFINIZIONE DEI CRITERI PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER LE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA (ai sensi dell'art. 8 del D.Lgs n. 114/1998 e dell'art. 3, 6° comma, della Legge regionale n. 14/1999) E NORME SUL PROCEDIMENTO PER L'APERTURA, IL TRASFERIMENTO DI SEDE E L'AMPLIAMENTO DI SUPERFICIE DEGLI ESERCIZI DI VICINATO

NORME SUL PROCEDIMENTO

PROCEDURE DI COMUNICAZIONE DI INIZIO ATTIVITA' PER GLI ESERCIZI DI VICINATO.

AUTORIZZAZIONI COMMERCIALI PER STRUTTURE DI VENDITA DI MEDIA DIMENSIONE.

1) OGGETTO

1. Le presenti norme sul procedimento disciplinano le modalità per la presentazione della comunicazione per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento degli esercizi di vicinato (fino a 150 mq di Superficie di Vendita) e le modalità di presentazione delle domande di autorizzazione per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie strutture di vendita (fino a 1500 mq di Superficie di Vendita).
(N.B. per i Comuni con popolazione superiore a 10.000 abitanti le precedenti superfici sono 250 mq. per gli esercizi di vicinato e 2.500 mq. per le medie strutture.)
2. In allegato sono riportate le definizioni delle terminologie di riferimento.

2) DISCIPLINA AUTORIZZATORIA

2.1 ESERCIZI DI VICINATO

Sono soggette a comunicazione al Comune (compilando l'apposito modulo ministeriale COM1) le seguenti richieste:

- A) APERTURA DI ESERCIZIO
A1 – Nuovo esercizio
A2 – Concentrazione
- B) APERTURA PER SUBINGRESSO
- C) VARIAZIONI
C1 – Trasferimento di sede
C2 – Ampliamento o riduzione di Superficie di Vendita
C3 – Variazione del settore merceologico
- D) CESSAZIONE DI ATTIVITA'

2.2 MEDIE STRUTTURE

Sono soggette ad autorizzazione (compilando l'apposito modulo ministeriale COM 2) le seguenti richieste:

- A) APERTURA DI ESERCIZIO
A1 – Nuovo esercizio
A2 – Concentrazione
- B) VARIAZIONI
B1 – Trasferimento di sede

- B2 – Ampliamento di Superficie di Vendita
- B3 – Ampliamento di Superficie di Vendita a seguito di accorpamento
- B4 – Estensione di settore merceologico

Sono soggette a comunicazione al Comune (compilando l'apposito modulo ministeriale COM 3) le seguenti richieste:

- C) APERTURA PER SUBINGRESSO
- D) VARIAZIONI
 - D1 – Riduzione di Superficie di Vendita
 - D2 – Riduzione di settore merceologico
- E) CESSAZIONE DI ATTIVITA'

3) MODALITA' DI PRESENTAZIONE DELLE COMUNICAZIONI E DELLE DOMANDE DI AUTORIZZAZIONE

3.1 ALLEGATI AI MODULI COM 1, COM 2 E COM 3

1. ELENCO DOCUMENTAZIONE GENERALE
 - a) estratto di mappa e certificato catastale per l'individuazione delle unità immobiliari oggetto della domanda e delle proprietà
 - b) planimetria generale con l'individuazione delle unità immobiliari oggetto della domanda sul PRG vigente (utilizzando le planimetrie del PRG vigente con l'individuazione degli ambiti urbani commerciali)
 - c) planimetria generale con riportati gli spazi destinati ai parcheggi pubblici, ai parcheggi pertinenziali, al verde pubblico (se presenti), nonché la indicazione dei percorsi pedonali, veicolari, ciclabili di accesso all'area o all'edificio
 - d) pianta dell'unità edilizia o delle unità immobiliari oggetto della domanda, in scala non inferiore a 1:100, con riportate le destinazioni d'uso per ciascun locale e la Superficie di Vendita (SV); quest'ultima deve essere individuata da strutture murarie o da elementi fissi e chiaramente individuabili
 - e) relazione tecnica sulle caratteristiche previste per la struttura di vendita, con i contenuti di cui al seguente punto 6
 - f) atti di trasferimento di azienda
2. Alle domande e comunicazioni presentate con il modulo COM 1, COM 2 e COM 3, devono essere allegati gli elaborati di cui sopra secondo le tipologie, casistiche e documentazione di cui alla successiva tabella.
3. La modulistica sopracitata dovrà essere compilata secondo le istruzioni ministeriali emanate con circolare n° 3465/C del 25.05.1999.
4. Ulteriore o diversa documentazione od elaborati potranno essere richiesti d'ufficio in base a particolari fattispecie di insediamento, in relazione ai luoghi interessati dall'attività ed alla tipologia dell'edificio, al fine della necessaria completezza documentale.
5. Nel caso che parte della documentazione sia dichiarata già presente agli atti del Comune, la medesima sarà acquisita d'ufficio (art. 18 Legge 241/90).

STRUTTURE DI VENDITA	DOCUMENTAZIONE (vedi elenco)						Mod. COM	Autorizzazione Sanitaria per il Settore alimentare	Decorrenza giorni	Tempi Autorizzazione giorni
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)				
VICINATO							1	X		
A1	X	X		X	X		1	X	30	
A2	X	X		X	X		1	X	30	
B					X		1	X	immed	
C1	X	X		X			1	X	30	
C2	X	X		X	X		1	X	30	
C3		X		X	X		1	X	30	
D		X		X			1		Immed	
MEDIE										
A1	X	X	X	X	X		2			
A2	X	X	X	X	X		2	X		90
B1	X	X	X	X	X		2	X		90
B2	X	X	X	X	X		2	X		90
B3	X	X	X	X	X		2	X		90
B4		X	X	X	X		2	X		90
C						X	3	X	Immed	
D1				X		X	3	X	30	
D2				X		X	3		30	
E							3		Immed	

6. CONTENUTI DELLA RELAZIONE TECNICA

- 6.1. Per gli esercizi di vicinato la relazione tecnica deve riassumere i dati quantitativi principali dell'intervento (settore merceologico con relativa Superficie di Vendita, superficie totale, parcheggi pertinenziali, standard pubblici da realizzare o monetizzare, ecc.).
- 6.2. Per le medio-piccole strutture di vendita nonché le medio-grandi strutture del settore non alimentare, la relazione tecnica dovrà sviluppare i seguenti temi:
- descrizione di utilizzo dell'area e degli immobili oggetto dell'intervento
 - descrizione della o delle strutture di vendita previste, indicando per ciascuna la Superficie di Vendita prevista sia del settore alimentare che del settore non alimentare
 - lay-out di massima delle Superfici di Vendita, degli spazi di circolazione e degli spazi di servizio
 - lay-out dei percorsi carrabili di accesso e di uscita
 - quantificazione degli standard pubblici (verde e parcheggi) e degli standard di parcheggio pertinenziale
 - lay-out dei percorsi pedonali.
- 6.3. Per le medio-grandi strutture di vendita del settore alimentare, oltre a quanto previsto al precedente punto 6.2, la relazione tecnica dovrà inoltre sviluppare i seguenti temi:
- a) temi riguardanti la mobilità
- descrizione dello stato ante-operam: rete delle infrastrutture esistenti, flussi di traffico, livelli di servizio e/o congestione della rete viaria nelle ore di punta, stato di servizio del trasporto pubblico
 - stima dei flussi globali previsti in relazione alla nuova struttura e nell'ora di punta
 - descrizione dello stato post-operam: descrizione dello stato di efficienza della rete e descrizione delle eventuali opere previste ai fini del potenziamento dei livelli di servizio e della mitigazione degli effetti indotti.

- b) temi socio-economici
 - definizione dei parametri economici di fattibilità della struttura o delle strutture previste, distintamente per le diverse tipologie e categorie merceologiche previste; fatturato minimo atteso, bacino di mercato necessario, occupazione prevista
 - definizione dell'area di attrazione potenziale in base alle quote di utenza prevista
 - analisi quantitativa e qualitativa della rete dei servizi commerciali esistenti nell'area di attrazione
 - stima delle quote di mercato e degli effetti sugli equilibri esistenti con riferimento alle diverse forme distributive.

6.4. Nei casi di trasferimento di sede gli argomenti di cui alla lettera a) del precedente punto 6.3, devono essere svolti in confronto alla nuova collocazione e quella esistente.

3.2 VERIFICHE PRELIMINARI

1. Ai fini della compilazione del "quadro autocertificazione" relativo al modulo COM 2 dovranno acquisirsi preliminarmente gli estremi di autorizzazioni o concessioni edilizie in possesso o già possedute da parte del richiedente, al momento della presentazione della domanda di autorizzazione commerciale.
Nell'eventualità di casi complessi concernenti cambi d'uso (con o senza opere), di ristrutturazione edilizia, di nuova costruzione, di demolizione con ricostruzione, dovrà di norma adottarsi la seguente metodologia procedimentale:
 - a) individuare (autonomamente o assieme agli uffici comunali competenti) se la zona o l'ambito in cui si intende presentare una domanda di autorizzazione commerciale è conforme alla normativa del Piano Regolatore, verificando in particolare se può assolvere alla richiesta degli standard pubblici o di uso pubblico, fissati dalla normativa stessa;
 - b) verifica se, per realizzare l'iniziativa commerciale, l'immobile o l'area individuata necessita di interventi edilizi assoggettati ad autorizzazione o concessione edilizia, nel qual caso deve prioritariamente adeguare l'immobile o l'area individuata;
 - c) possesso del titolo di disponibilità sull'immobile o sull'area individuata.
2. A conclusione della ricognizione preliminare e, se del caso, ottenuta l'autorizzazione o concessione edilizia e la relativa agibilità od abitabilità (i cui estremi dovranno essere riportati al punto 3 dell'autocertificazione inserita nel modulo COM 2) sarà possibile presentare la domanda di autorizzazione commerciale con i presupposti di conformità regolamentare ed urbanistico-edilizia.
3. La domanda di autorizzazione può essere presentata assieme alla domanda di concessione edilizia (anche nel caso di Piano attuativo particolareggiato in itinere per l'approvazione); in questo caso il rilascio dell'autorizzazione commerciale è subordinato alla preventiva conclusione dell'iter di approvazione del piano attuativo o del rilascio dell'agibilità od abitabilità sull'immobile di cui al punto precedente.

3.3 VERIFICA DEGLI STANDARD

1. La verifica degli standard per gli esercizi di vicinato e le medie strutture di vendita, deve essere fatta in caso di:
 - a) ampliamento, con o senza trasferimento di sede, della Superficie di Vendita: la verifica va fatta sulla Superficie di Vendita in ampliamento nel caso in cui l'ampliamento non supera il 20% della SV originaria e se con l'ampliamento non si supera la classe dimensionale iniziale;
 - b) ampliamento, con o senza trasferimento di sede, della Superficie di Vendita: la verifica va fatta sulla Superficie di Vendita totale nel caso in cui l'ampliamento è superiore al 20% della SV originaria e se con lo stesso ampliamento si supera la classe dimensionale iniziale;
 - c) apertura di un nuovo esercizio di vicinato o di una media struttura di vendita in locali precedentemente destinati ad altro uso (autorimesse, magazzini, abitazioni, ecc.) verificandosi un aumento di carico urbanistico;
 - d) variazione del settore merceologico con o senza ampliamento e/o trasferimento.

Dopo aver eseguito la verifica degli standard, si applicano le modalità operative riportate nell'allegato, al punto 7, per quanto riguarda le possibilità di monetizzazione e/o riduzione delle dotazioni di standard.

2. Nel caso di nuova costruzione su lotto libero o comunque previa demolizione di fabbricati esistenti e di ristrutturazione urbanistica, sia per gli esercizi di vicinato che per le medie strutture di vendita gli standard pubblici e di uso pubblico devono sempre essere realizzati, salvo le valutazioni specifiche riguardanti il verde pubblico prescritte dalla normativa di P.R.G. e nell'allegato al punto 7.

4) PROCEDURE PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

4.1 SOGGETTI INTERNI ALL'AMMINISTRAZIONE COINVOLTI NEL PROCEDIMENTO (da personalizzare secondo l'organizzazione strutturale e organica del Comune)

<u>TIPOLOGIA ESERCIZIO</u>	<u>SOGGETTI INTERNI INTERESSATI</u>
a) Esercizi di vicinato:	conferenza dei servizi interna formata da: - responsabile ufficio commercio - responsabile ufficio tecnico
b) Medio-piccole strutture di vendita di rilevanza comunale:	conferenza dei servizi interna formata da: - responsabile ufficio commercio - responsabile ufficio tecnico - responsabile della polizia municipale
c) Medio-grandi strutture di vendita di rilevanza comunale:	conferenza dei servizi interna formata da: - responsabile ufficio commercio - responsabile ufficio tecnico - responsabile della polizia municipale
d) Medio-grandi strutture di vendita di rilevanza sovracomunale:	conferenza dei servizi interna formata da: - responsabile ufficio commercio - responsabile ufficio tecnico - responsabile della polizia municipale - consultazione con i comuni limitrofi
d) Grandi strutture di vendita:	-le procedure sono quelle fissate all'art. 11 della Legge Regionale n. 14/1999

4.2 DESCRIZIONE E TEMPI DEL PROCEDIMENTO

1. Il procedimento per il rilascio dell'autorizzazione di una media struttura di vendita deve concludersi entro 90 giorni dalla data di valida presentazione dell'istanza di autorizzazione. Decorso inutilmente il termine citato senza che sia stato comunicato un provvedimento di diniego, la domanda si intende tacitamente accolta.
2. Il Comune può richiedere integrazioni documentali entro 15 giorni dalla data di presentazione della stessa. I tempi per la conclusione del procedimento riprende a decorrere per intero (ovvero 90 giorni) dal ricevimento della integrazione richiesta.
3. Qualora la documentazione integrativa non pervenga entro 90 giorni dalla richiesta, la domanda sarà archiviata d'ufficio.
4. Entro 60 giorni dalla presentazione della domanda, ovvero dalla data di ricevimento della integrazione documentale o di regolarizzazione della domanda, il responsabile del

procedimento, convocando una conferenza di servizi interna all'Amministrazione e con i soggetti individuati al precedente punto 4.1, verifica:

- che la struttura di vendita di cui si richiede l'autorizzazione sia conforme alle Norme del Piano Regolatore Generale vigente, con particolare, ma non esaustivo, riferimento all'ammissibilità della destinazione d'uso, alle dotazioni di standard di urbanizzazione e alle dotazioni di parcheggi pertinenziali;
 - che la struttura di vendita di cui si richiede l'autorizzazione sia conforme ai criteri di rilascio delle autorizzazioni relative alle medie strutture di vendita di cui al presente regolamento.
5. Conclusa l'attività istruttoria il responsabile del procedimento formula al Responsabile del Servizio/Settore una proposta motivata di rilascio, di rilascio condizionato, o di diniego. Il Responsabile del Settore, vista la proposta motivata del responsabile del procedimento, determina il provvedimento definitivo di rilascio o diniego dell'autorizzazione.
 6. Del provvedimento conclusivo è data comunicazione immediata all'interessato e comunque entro novanta giorni dalla data di valida presentazione della domanda di autorizzazione.
 7. Nel caso di domande concorrenti nello stesso comune e per lo stesso ambito territoriale e qualora le norme urbanistico-commerciali abbiano determinato un numero limitato di insediamenti ammissibili, l'autorizzazione all'apertura di una media struttura è concessa prioritariamente:
 - a) per il settore alimentare a domande che prevedono la concentrazione di preesistenti medie o grandi strutture e l'assunzione dell'impegno di reimpiego del personale dipendente;
 - b) per il settore non alimentare a domande che prevedono la concentrazione di preesistenti medie o grandi strutture e siano presentate da richiedenti che abbiano frequentato un corso di formazione professionale per il commercio o risultino in possesso di adeguata qualificazione.
 8. La priorità fra le domande concorrenti tiene altresì conto dei seguenti elementi:
 - a) numero di occupati che si prevede di riassorbire nella nuova struttura fra gli addetti dipendenti e indipendenti, compresi i coadiuvanti, già inquadrati nel settore del commercio nel comune dove si intende localizzare la nuova struttura e nei comuni confinanti;
 - b) numero totale di occupati previsto nella struttura;
 - c) recupero di spazi degradati e contenitori dismessi;
 - d) migliore soluzione urbanistica e minore impatto territoriale risultante dallo studio di impatto presentato;
 - e) maggiori impegni contratti in convenzione con il Comune per la mitigazione degli impatti.
 9. Si considerano concorrenti le domande complete pervenute al Comune prima della conclusione della fase istruttoria e comunque non oltre il 75° giorno dei 90 fissati come termine ultimo per la conclusione del procedimento, di una domanda del medesimo settore merceologico e tipologia dimensionale.
 10. In caso di concorrenza di domande, i relativi procedimenti istruttori sono sospesi per un tempo non superiore a quindici giorni, durante il quale il Comune individua la domanda prioritaria.

4.3 AUTORIZZAZIONI DOVUTE

1. Ai sensi dell'art. 13 della L.R. 14/99 costituisce atto dovuto, nel rispetto delle previsioni urbanistiche fissate dal P.R.G. e delle condizioni di cui al punto successivo che devono essere contestualmente tutte presenti, il rilascio di autorizzazione:
 - a) all'apertura di una media struttura avente una Superficie di Vendita non superiore a 800 mq;
 - b) all'aumento della Superficie di Vendita di una media struttura nel rispetto dei limiti dimensionali di cui alla lettera a).
2. Il rilascio dell'autorizzazione per le strutture, di cui al punto precedente, è dovuto nel rispetto delle seguenti condizioni:
 - a) che sia attuata la concentrazione o l'accorpamento di almeno 4 esercizi di vicinato con superficie inferiore a 150 mq;

- b) che gli esercizi accorpatisi o concentrati siano stati autorizzati ai sensi dell'art. 24 della legge 11 giugno 1971, n. 426 per la vendita di generi di largo e generale consumo;
 - c) che il richiedente si impegni al reimpiego del personale occupato, con contratto di lavoro a tempo indeterminato, negli esercizi oggetto di concentrazione o accorpamento;
 - d) che la Superficie di Vendita del nuovo esercizio non superi la somma dei limiti massimi indicati alla lettera d) del comma 1 dell'art. 4 del D.Lgs n. 114/98 (cioè 150 mq) tenuto conto del numero degli esercizi oggetto dell'accorpamento o della concentrazione.
3. Il rilascio dell'autorizzazione ai sensi del presente articolo comporta la revoca dei titoli autorizzatori preesistenti.

4.4. CONTENUTI DELL'AUTORIZZAZIONE

L'atto di autorizzazione deve contenere:

- a) gli estremi della richiesta e dell'autorizzazione
 - b) le generalità ed il codice fiscale del titolare dell'autorizzazione
 - c) l'ubicazione dell'immobile oggetto dell'intervento
 - d) le eventuali prescrizioni che devono essere soddisfatte prima di dare corso all'apertura dell'esercizio
 - e) il settore merceologico
 - f) la superficie di vendita
 - g) la superficie lorda di pavimento
 - h) requisito per la vendita nel settore alimentare
 - i) eventualmente, se già posseduta, gli estremi di iscrizione al Registro delle imprese
- All'atto di autorizzazione è inoltre allegata, quale parte integrante, la planimetria della o delle unità immobiliari oggetto della domanda con l'indicazione della destinazione di ciascun locale e l'individuazione della Superficie di Vendita.

4.5. REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE

L'autorizzazione all'apertura è revocata qualora il titolare:

- a) non inizia l'attività (relativamente ad una media struttura di vendita) entro un anno dalla data di rilascio dell'autorizzazione ed entro due anni relativamente ad una grande struttura di vendita, salvo proroga in caso di comprovata necessità;
- b) sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- c) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2, del D.Lgs. 114/98;
- d) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi dell'art. 22, 2° comma, del D.Lgs. 114/98.

Il Responsabile del settore ordina la chiusura di un esercizio di vicinato qualora il titolare:

- a) sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- b) non risulta più provvisto dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2, del D.Lgs. 114/98;
- c) nel caso di ulteriore violazione delle prescrizioni in materia igienico-sanitaria avvenuta dopo la sospensione dell'attività disposta ai sensi dell'art. 22, 2° comma, del D.Lgs. 114/98.

Il Responsabile del settore ordina la chiusura immediata dell'esercizio di vendita in caso di svolgimento abusivo dell'attività.

4.6. PUBBLICITA' DELL'AUTORIZZAZIONE

1. Le autorizzazioni commerciali rilasciate, con specificazione del titolare e della localizzazione della struttura di vendita, sono pubblicate in elenco all'Albo Pretorio del Comune per quindici giorni consecutivi.
2. Chiunque può prendere visione, presso gli Uffici comunali, dell'autorizzazione e ricorrere contro il suo rilascio in quanto in contrasto con le disposizioni di legge o regolamenti o con le prescrizioni di P.R.G. o del Piano Particolareggiato di attuazione.

4.7. MODIFICHE INTERNE

1. La modifica del lay-out interno di una struttura di vendita autorizzata che non determini un incremento della Superficie di Vendita è soggetta al solo obbligo di comunicazione al Comune accompagnata da planimetria in scala non inferiore a 1:100, con l'indicazione della destinazione di ciascun locale e l'individuazione della Superficie di Vendita nella nuova sistemazione prevista.

ALLEGATO

1) DEFINIZIONI

- 1.1. SUPERFICIE DI VENDITA (SV) – questa definizione va utilizzata per la definizione degli standard privati (standard pertinenziali)

Si intende come Superficie di Vendita di un esercizio commerciale, la misura della superficie o delle superfici destinate alla vendita, comprese quelle occupate dai banchi, scaffalature, vetrine e quelle dei locali frequentabili dai clienti, adibiti all'esposizione delle merci e collegati direttamente all'esercizio di vendita. Si esclude, quindi la superficie dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici e altri servizi per i quali non è previsto l'ingresso ai clienti, nonché gli spazi di "avancassa", purché non adibiti all'esposizione delle merci.

Per Superficie di Vendita di un centro commerciale, si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti.

Specifiche particolari.

Un autosalone o un autoparco (per la commercializzazione di autoveicoli, motocicli, autocaravan, roulotte, trattori, ecc.) definito o come spazio delimitato da strutture murarie (autosalone) o da un piazzale, asfaltato o meno, recintato o meno (autoparco), è definito Superficie di Vendita quando i locali o gli spazi all'aperto sono direttamente accessibili dai clienti.

Per similitudine qualsiasi altra attività (vivaio, serre fiori, prodotti per l'edilizia, ecc.) che si trova nelle stesse condizioni, viene definita Superficie di Vendita.

- 1.2. SUPERFICIE LORDA DI PAVIMENTO – questa definizione va utilizzata per la definizione degli standard pubblici (art. 46, comma 4, L.R. 47/78 modificata).

1. Si intende come superficie lorda di pavimento, la misura della superficie o delle superfici destinate alla vendita più la superficie dei locali destinati a magazzini, depositi, lavorazioni, uffici, servizi igienici, impianti tecnici e altri servizi nonché gli spazi di "avancassa" anche se non adibiti all'esposizione delle merci.

2. SETTORI MERCEOLOGICI

- 2.1. I settori merceologici sono costituiti da:

- a) settore prodotti alimentari
- b) settore prodotti non alimentari

- 2.2. Variazione del settore merceologico

1. Per modifica del settore merceologico si intende qualunque modifica che comporti il passaggio di una struttura di vendita dal settore alimentare al settore non alimentare o viceversa.
Nel caso di esercizi che vendono prodotti alimentari e non alimentari, ai fini del conteggio degli standard pubblici e di uso pubblico, si applicano le norme riferite agli esercizi del settore alimentare, salvo che la Superficie di Vendita riservata al settore alimentare risulti inferiore al 3% di quella complessiva.
2. La variazione di settore merceologico si attua compilando i moduli COM 1, COM 2 e COM 3 a seconda della tipologia di esercizio commerciale.

3. TIPOLOGIE DI ESERCIZI COMMERCIALI

- 3.1. IN TERMINI DI CLASSI DIMENSIONALI, le tipologie di esercizi commerciali sono le seguenti:

- a) esercizi di vicinato: gli esercizi di piccole dimensioni aventi Superficie di Vendita non superiore a 150 mq

- b) medio-piccole strutture di vendita: gli esercizi aventi Superficie di Vendita superiore a 150 mq e fino a 400 o 800 mq, secondo quanto previsto nella normativa di P.R.G.
- c) medio-grandi strutture di vendita: gli esercizi aventi Superficie di Vendita superiore a 800 mq e fino a 1500 mq
- d) grandi strutture di vendita gli esercizi aventi Superficie di Vendita superiore a 1.500 mq
- e) grandi strutture di vendita di livello superiore con almeno 4.500 mq di SV alimentare ed almeno 10.000 mq di SV per le non alimentari.

Queste classi sono tra loro ordinabili gerarchicamente; di norma nelle aree in cui è possibile insediare esercizi della classe dimensionale più elevata è altresì possibile insediare esercizi delle classi inferiori.

3.2. IN TERMINI DI MODALITA' INSEDIATIVE, vengono individuate le seguenti situazioni:

- a) Esercizi isolati, complessi o gallerie commerciali di vicinato
- b) Centri commerciali di vicinato
- c) Centri commerciali d'attrazione (di livello inferiore o superiore)
- d) Aree commerciali integrate.

Definizioni

- a) I complessi o gallerie commerciali di vicinato sono un'aggregazione di esercizi di vendita nell'ambito di una o più unità edilizie destinate anche ad altre funzioni non commerciali, costituita da più esercizi di vicinato, eventualmente con la presenza anche di medio-piccole strutture di vendita (fino a 400 mq o a 800 mq di SV) e da esercizi paracommerciali e ricreativi con accessi separati, ancorché collocati in contenitori contigui e caratterizzati da attrattività unitaria per gli utenti.

L'autorizzazione per le medio-piccole strutture isolate o inserite all'interno dei complessi o gallerie di vicinato, viene rilasciata ai singoli esercizi, così come per gli esercizi di vicinato e gli esercizi paracommerciali.

- b) Si definisce centro commerciale una media o una grande struttura di vendita nella quale più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. I centri commerciali possono comprendere anche pubblici esercizi e attività paracommerciali (quali servizi bancari, servizi alle persone, ecc.).

Nell'ambito dei centri commerciali si definisce centro commerciale di vicinato, un centro formato da esercizi di vendita che singolarmente presentano una superficie che rientra in quella degli esercizi di vicinato, con l'eventuale presenza di una medio-piccola struttura alimentare o non alimentare;

L'autorizzazione all'apertura di un centro commerciale è unica per l'intera superficie adibita a commercio e contiene l'indicazione dell'articolazione del centro (numero delle autorizzazioni e loro superfici, distinte per le diverse tipologie e settore merceologico). A seguito del rilascio dell'autorizzazione al funzionamento del centro verranno rilasciate singole autorizzazioni alle medie e grandi strutture di vendita, così come per gli esercizi di vicinato e attività paracommerciali, che si potranno insediare all'interno del centro.

- c) Un centro commerciale di attrazione di livello superiore si definisce tale, quando assieme agli esercizi di vicinato sono presenti una o più medio-grandi o grandi strutture alimentari le cui superfici di vendita complessive superano i 4.500 mq di SV, oppure medio-grandi o grandi strutture non alimentari le cui superfici di vendita complessive superano i 10.000 mq di SV.

Un centro commerciale di attrazione di livello inferiore si definisce tale, quando assieme agli esercizi di vicinato sono presenti una o più medio-grandi o grandi strutture alimentari le cui superfici di vendita complessive non superano i 4.500 mq di SV, oppure medio-grandi o grandi strutture non alimentari le cui superfici di vendita complessive non superano i 10.000 mq di SV e con superficie territoriale non superiore a 5 ettari.

L'autorizzazione all'apertura di un centro commerciale di attrazione è unica per l'intera superficie adibita a commercio e contiene l'indicazione dell'articolazione del centro (numero delle autorizzazioni e loro superfici, distinte per le diverse tipologie e settore merceologico). A seguito del rilascio dell'autorizzazione al funzionamento del centro verranno rilasciate singole autorizzazioni alle medie e grandi strutture di vendita, così come per gli esercizi di vicinato e attività paracommerciali, che si potranno insediare all'interno del centro.

- d) Si definisce area commerciale integrata un'area interessante almeno due ettari di superficie territoriale specialmente destinata al commercio, all'interno della quale esista o venga progettata

una pluralità di edifici per strutture commerciali, per attività paracommerciali, per attività ricreative ed altri servizi complementari. L'area commerciale integrata deve comprendere più strutture di medie e/o grandi dimensioni. Essa è configurabile come complesso organico quanto a fruibilità per gli utenti e dotati di servizi esterni comuni (quali parcheggi, percorsi pedonali, parchi gioco per ragazzi e simili), ma costituita da più unità edilizie autonome realizzate o da realizzarsi anche in tempi diversi.

Si definisce area commerciale integrata di livello superiore quella che comprende più strutture di cui almeno una grande struttura di livello superiore alimentare o non alimentare e comunque qualora superi la superficie territoriale di 5 ettari. Tali aree sono definite poli funzionali in quanto costituite da parte del territorio ad elevata specializzazione funzionale e a forte attrattività e pertanto da sottoporre alle procedure di programmazione e di intervento individuate nella normativa regionale in materia di pianificazione territoriale e di programmazione urbanistica.

La realizzazione di un'area commerciale integrata, viene valutata unitariamente nell'ambito del piano urbanistico attuativo dell'area; le singole autorizzazioni per l'apertura delle diverse attività commerciali di medie e grandi strutture di vendita, verranno rilasciate, anche in maniera disgiunta nel tempo, nel rispetto dei criteri commerciali comunali e/o regionali.

3.3. MEDIE STRUTTURE DI VENDITA: DEFINIZIONE DI RILEVANZA COMUNALE O SOVRACOMUNALE

1. Una medio-piccola superficie di vendita alimentare si definisce di rilevanza comunale, salvo il caso in cui sia collocata in situazione di confine presso un centro di altro comune;
2. Una medio-grande superficie di vendita alimentare si definisce di rilevanza sovracomunale;
3. Una medio-piccola superficie di vendita non alimentare si definisce di rilevanza comunale;
4. Una medio-grande superficie di vendita non alimentare si definisce di rilevanza comunale, salvo i casi in cui sia presente una aggregazione significativa (superficie complessiva oltre i 4.500 mq per i comuni con popolazione inferiore a 10.000 abitanti e 10.000 mq per i comuni con popolazione superiore) o sia presente la possibilità (previsioni urbanistiche) di attuare in futuro tale concentrazione.

4. TRASFERIMENTI DI SEDE

1. Per trasferimento di sede di una struttura di vendita si intende il trasferimento di sede dell'esercizio dell'attività senza modifica del settore merceologico oggetto dell'autorizzazione preesistente. Il trasferimento di sede può essere associato o no ad un ampliamento della Superficie di Vendita. Il trasferimento di sede comporta la decadenza della precedente autorizzazione commerciale e si attua compilando i moduli COM 1 e COM 2 a seconda della tipologia di esercizio commerciale.

5. AMPLIAMENTO DELLA SUPERFICIE DI VENDITA

1. Per ampliamento della Superficie di Vendita si intende qualunque modificazione (edilizia, dell'assetto funzionale o dell'arredo) che determini una Superficie di Vendita maggiore di quella precedentemente autorizzata. L'ampliamento della Superficie di Vendita può essere associato al trasferimento di sede.
2. L'ampliamento della Superficie di Vendita si attua compilando i moduli COM 1 e COM 2 a seconda della tipologia di esercizio commerciale.

6. SUB-INGRESSO

1. Per sub-ingresso si intende la modifica della titolarità di un'autorizzazione rilasciata, tramite trasferimento della gestione o della proprietà dell'attività. Il sub-ingresso è soggetto al solo obbligo di comunicazione e si attua compilando i moduli COM 1 e COM 3 a seconda della tipologia di esercizio commerciale.

7. STANDARD URBANISTICI

Gli standard urbanistici sono formati dalla sommatoria degli standard pubblici e degli standard privati (parcheggi pertinenziali).

7.1 STANDARD PUBBLICI

1. Parcheggi pubblici (art. 46, 4° comma, L.R. 47/78 modificata ed integrata): la dotazione minima di parcheggi pubblici è 40 mq/100 mq di superficie lorda di pavimento; i parcheggi pubblici devono essere realizzati e ceduti all'Amministrazione Comunale.
2. Verde pubblico (art. 46, 4° comma, L.R. 47/78 modificata ed integrata): la dotazione minima di verde pubblico è 60 mq /100 mq di superficie lorda di pavimento; il verde pubblico deve essere realizzato e ceduto all'Amministrazione Comunale.
3. Gli standard non possono essere monetizzati nel caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, demolizione e ricostruzione, di nuova costruzione.
4. Gli standard possono essere monetizzati dove previsto dalla normativa urbanistica e nei seguenti casi :
 - a) nell'ambito di "progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane" di cui all'art. 8 della L.R. 14/99;
 - b) nel caso di interventi di ristrutturazione edilizia o di ampliamento di strutture di vendita preesistenti, entro il limite massimo del 20% della Superficie di Vendita precedentemente autorizzata e purché non si superi con l'ampliamento il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;
 - c) nel caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali di vicinato, purché nell'ambito dei centri storici e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti;
 - d) solamente nei casi previsti dalla normativa urbanistica ed in tutti quei casi in cui la previsione-realizzazione-cessione di aree per verde pubblico non risulti funzionale al contesto urbano circostante o non sia possibile realizzare dette aree per dimostrati motivi di spazio reperibile, è ammessa la monetizzazione o la realizzazione diretta, in accordo con l'Amministrazione Comunale, di opere a verde alternative nell'immediato intorno del nuovo insediamento commerciale o in aree previste dal Piano dei servizi.

7.2 STANDARD PRIVATI (parcheggi pertinenziali)

1. Parcheggi pertinenziali: i parcheggi pertinenziali sono aree o costruzioni, o loro porzioni (che rimangono in carico alla proprietà privata), adibiti al parcheggio di veicoli, al servizio esclusivo di un determinato insediamento commerciale. Le caratteristiche tipologiche e funzionali, dei parcheggi pertinenziali sono riportate nella normativa urbanistica del P.R.G.
2. Dotazione minima di aree destinate a parcheggi pertinenziali:

tipologia	alimentare	non alimentare
	1 posto auto ogni:	1 posto auto ogni:
esercizi di vicinato (fino a 150 mq) <i>(vedi regolamentazione specifica dal P.R.G.)</i>	83 mq di SV ovvero (30 mq/100 mq di SV)	83 mq di SV ovvero (30 mq/100 mq di SV)
oltre 150 e fino a 400 mq	30 mq di SV ovvero (83,2 mq/100 mq di SV)	40 mq di SV ovvero (62,5 mq/100 mq di SV)
oltre 400 e fino a 800 mq	18 mq di SV ovvero (139 mq/100 mq di SV)	25 mq di SV ovvero (100 mq/100 mq di SV)
oltre a 800 e fino a 1500 mq	13 mq di SV ovvero (192,3 mq/100 mq di SV)	20 mq di SV ovvero (125 mq/100 mq di SV)

3. Casi di possibile riduzione delle dotazioni. Possono essere previste riduzioni della dotazione di parcheggi pertinenziali nei soli seguenti casi:
- a) nell'ambito di "progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane" di cui all'art. 8 della L.R. 14/99, qualora sia previsto dal progetto che l'accesso dell'utenza avvenga in misura significativa a piedi o con i mezzi collettivi o con veicoli leggeri e purché gli interventi siano limitati alla ristrutturazione edilizia e al cambio d'uso. Le dotazioni di cui al punto precedente sono comunque richiesti in caso di interventi di ristrutturazione urbanistica, di demolizione con ricostruzione, di nuova costruzione;
 - b) in caso di interventi di ristrutturazione o di ampliamento di preesistenti strutture di vendita o centri commerciali, entro il limite di un ampliamento massimo del 20% della Superficie di Vendita precedentemente autorizzata e purché non si superi, con l'ampliamento, il limite dimensionale delle medie strutture di vendita;
 - c) in caso di formazione di centri commerciali di vicinato o complessi commerciali in cui non siano compresi esercizi che superano la dimensione degli esercizi di vicinato, purché nell'ambito delle aree centrali o nelle aree costituenti fasce urbane di prima periferia e a condizione che gli interventi edilizi siano limitati al cambio d'uso, alla ristrutturazione edilizia e recupero di edifici preesistenti.

Nei suddetti casi, in alternativa, possono essere richiesti, in sede di rilascio della concessione edilizia la realizzazione di opere di arredo urbano o di miglioramento dell'accessibilità urbana a piedi o con veicoli leggeri.

ALLEGATO 6.1

Proposta di parti generali di delibera comunale

PROPOSTA DI PARTI GENERALI DI DELIBERA COMUNALE¹

CRITERI PER IL RILASCIO

AUTORIZZAZIONI COMMERCIALI PER STRUTTURE DI VENDITA DI MEDIA DIMENSIONE

1) AUTORIZZAZIONI RELATIVE A MEDIO-PICCOLE STRUTTURE DI VENDITA

1. Per le medio-piccole strutture di vendita (con Superficie di Vendita superiore a 150 mq e fino a 800 mq a seconda dell'ambito territoriale e/o previsioni urbanistiche - nonché per i Centri commerciali di Vicinato o Complessi Commerciali di Vicinato con Superficie di Vendita complessiva non superiore al limite dimensionale delle medio-piccole strutture di vendita), l'autorizzazione è dovuta nei casi previsti al punto 4.3 delle NORME SUL PROCEDIMENTO; negli altri casi il rilascio dell'autorizzazione è subordinato oltre alla verifica di conformità urbanistica, alla verifica che:
 - le nuove strutture commerciali non presentino condizionamenti al tessuto abitativo esistente e siano collocate prioritariamente in unità edilizie indipendenti rispetto le unità edilizie residenziali;
 - la viabilità di accesso sia dotata di un buon livello di servizio (presenza di marciapiede, piste ciclabili, attraversamenti protetti, ecc.); in assenza di tali livelli di servizio, la loro realizzazione può essere richiesta al soggetto richiedente l'autorizzazione;
 - i parcheggi pertinenziali siano facilmente fruibili;
 - la connessione con la rete viaria pubblica ed i parcheggi pertinenziali sia efficacemente prevista.

In caso di più richieste di autorizzazione per medio-piccole strutture di vendita di rilevanza comunale ricadenti nel medesimo ambito urbano, non avendosi di norma per tali strutture l'effetto "concentrazione", l'Amministrazione Comunale verifica con proprio monitoraggio, dopo la loro apertura, gli effetti cumulativi che si sono venuti a creare, con particolare riguardo agli aspetti di traffico e necessità di parcheggi pubblici. In caso di verifica negativa si dovrà attivare apposita Variante al P.R.G. vigente ed alla normativa urbanistica-commerciale, con lo scopo di compensare gli aspetti negativi rilevati (limitare l'apertura di nuove strutture, riorganizzazione del traffico, realizzazione di nuovi parcheggi, ecc.).

2) AUTORIZZAZIONI RELATIVE A MEDIO-GRANDI STRUTTURE DI VENDITA DI RILEVANZA SOVRACOMUNALE

1. Per le medio-grandi strutture di vendita di rilevanza sovracomunale (con superficie superiore a 800 mq e fino a 1500 mq) il rilascio dell'autorizzazione è subordinato, oltre che alla verifica di conformità urbanistica, alla valutazione della compatibilità degli effetti dell'intervento per quanto riguarda gli aspetti di mobilità e traffico, gli aspetti della compatibilità ambientale e gli aspetti socio economici.
- 1.1 Per quanto riguarda gli effetti sulla mobilità ed il traffico la compatibilità dell'intervento, ai fini del rilascio o del diniego dell'autorizzazione, la domanda è valutata secondo i seguenti criteri:
 - salvaguardia dei livelli di servizio: occorre verificare che i flussi di traffico generati dall'intervento siano compatibili con la capacità delle reti di trasporto interessate, ossia che gli incrementi di traffico previsti sulle strade non superino le soglie di congestione;
 - recupero delle esternalità: occorre verificare che gli interventi di miglioramento dell'infrastrutturazione e/o gli interventi di mitigazione previsti, consentano un recupero delle

¹ Quanto segue costituisce una proposta di parti generali di una delibera comunale di "criteri", il cui contenuto deve essere comunque "personalizzato", specificato ed integrato in relazione alle scelte urbanistiche compiute dal Comune e alle politiche di graduazione temporale che intende perseguire.

- esternalità negative provocate, ossia compensino gli aggravii determinati dal traffico generato;
- efficienza degli accessi: occorre verificare il corretto dimensionamento e l'efficienza dei punti di connessione con le reti esterne. Questo criterio va applicato anche per l'accessibilità ai servizi di trasporto pubblico. In particolare per le medio-grandi strutture del settore alimentare deve essere previsto un innesto canalizzato ad uso esclusivo della struttura di vendita. La valutazione del corretto dimensionamento può eventualmente comportare l'esigenza di corsie di accelerazione, di decelerazione e di accumulo di lunghezza adeguata ai flussi di traffico attesi;
 - affidabilità del funzionamento interno: occorre verificare il corretto dimensionamento e la efficiente organizzazione del progetto rispetto allo smistamento interno ed ai flussi generati, valutati nelle condizioni statisticamente peggiori di esercizio. Un aspetto particolare riguarda la verifica del sistema in condizioni di emergenza (accessibilità da parte dei veicoli di pronto soccorso o dei Vigili del fuoco);
 - contenimento del consumo di territorio: in particolare per quanto riguarda i parcheggi devono essere ricercate quelle soluzioni che siano in grado di risparmiare territorio, ad esempio parcheggi interrati (compatibilmente con la problematica delle falde) o parcheggi pluripiano;
 - adeguatezza degli spazi per il carico e lo scarico delle merci: occorre verificare che le operazioni di carico e scarico merci possano avvenire senza interferire con la viabilità pubblica; per le sole medio grandi strutture del settore alimentare deve essere prevista un'area apposita, che consenta anche lo stazionamento temporaneo di veicoli merci, senza che venga limitata la fruizione dei parcheggi pertinenziali da parte della clientela;
 - idoneità della collocazione rispetto ai nodi di interscambio fra mobilità individuale e collettiva: per le sole medio-grandi strutture del settore alimentare deve essere garantita una distanza non superiore a 100 metri fra l'ingresso alla struttura e una fermata di servizi di trasporto urbano o suburbano collettivo. Per le altre medio grandi strutture questa condizione non è prescrittiva, ma preferenziale.
- 1.2 Per quanto riguarda la verifica della compatibilità ambientale dell'intervento, ai fini del rilascio o del diniego dell'autorizzazione, la domanda è valutata secondo i seguenti criteri:
- verifica preliminare della compatibilità acustica: le aree devono essere comprese entro ambiti classificati in classe IV ai sensi della Legge quadro sull'inquinamento acustico (L. 447/1995) e del DPCM 14.11.1997 (Aree ad intensa attività umana). Vanno considerati in particolare per le strade di accesso, i problemi indotti dalla prossimità rispetto ad insediamenti residenziali (inquinamento acustico ed atmosferico);
 - verifica preliminare della compatibilità idrogeologica: impermeabilizzazione del suolo e capacità di smaltimento delle acque piovane; se necessario provvedere a realizzare opere idrauliche compensative;
 - verifica preliminare della situazione della rete fognaria: possibilità di essere collegati ai collettori comunali o, in mancanza di ciò, proporre soluzioni alternative,
 - verifica preliminare della compatibilità paesaggistico-ambientale: ricercare soluzioni per limitare l'impatto visivo sul paesaggio e sul sistema storico-culturale del territorio eventualmente presente.
- 1.3 Per quanto riguarda la verifica degli aspetti socio economici dell'intervento, ai fini del rilascio o del diniego dell'autorizzazione, la domanda è valutata secondo i seguenti criteri:
- qualità complessiva del servizio all'utenza: devono essere evitate operazioni che comportino un peggioramento del servizio (ad esempio in termini di minore accessibilità);
 - concorrenza fra le diverse forme distributive: deve essere perseguito l'obiettivo di permanenza o rafforzamento della concorrenza;
 - effetti sociali: devono essere evitati effetti negativi rilevanti sulla tenuta della rete di vendita preesistente.
2. In caso di più richieste di autorizzazione per medio-grandi strutture di vendita alimentari e non alimentari di rilevanza comunale o sovracomunale ricadenti nel medesimo ambito urbano, si raggiunge l'effetto "concentrazione", quando si supera, per sommatoria della SV delle strutture insediate, il limite fissato per i centri commerciali di attrazione di livello inferiore, cioè 4.500 mq. In tal caso l'Amministrazione Comunale valuterà con proprio monitoraggio, gli effetti cumulativi

che si sono venuti a creare, con particolare riguardo agli aspetti di traffico e necessità di parcheggi pubblici. In caso di verifica negativa si dovrà attivare apposita Variante al P.R.G. vigente ed alla normativa urbanistica-commerciale, con lo scopo di compensare gli aspetti negativi rilevati (limitare l'apertura di nuove strutture, riorganizzazione del traffico, realizzazione di nuovi parcheggi, ecc.).

ALLEGATO 7

**Conferenza Provinciale dei Servizi
Art.7 L.R. 14/99 29 maggio 2000**

Valutazione degli ambiti di rilievo sovracomunale

SUBAMBITO N. 1 - BOLOGNA COMUNE DI BOLOGNA

Valutazioni complessive sull'insieme della proposta.

Nel 'Documento d'indirizzi strategici per la pianificazione urbanistica commerciale a Bologna', prodotto dal Comune, sono messe in evidenza, nelle valutazioni sulla rete esistente a scala d'area vasta bolognese (Bologna e comuni dell'ex PUI):

- la fortissima crescita delle medio-grandi e grandi strutture non alimentari nei comuni del PUI esterni a Bologna: esse passano da circa 21.000 mq al '91 a 45.500 mq al '98: di conseguenza nei comuni del PUI si concentrano oggi l'80% delle superfici non alimentari superiori a 1.500 mq dell'intera area bolognese. La crescita è stata soltanto nei comuni esterni a Bologna, e non nel capoluogo: il loro peso relativo passa quindi in sette anni dal 61% all'attuale 80%;
- una presenza delle grandi strutture alimentari (che in termini di superficie di vendita rappresentano oggi il 28% delle superfici commerciali a Bologna, mentre nei comuni del PUI rappresentano addirittura il 37% - valore medio sull'intera area del 31,7%) che appare al momento più che sufficiente. La quota di mercato raggiunta da questa forma distributiva, soprattutto nel comparto alimentare, tenuto conto della relativa debolezza delle strutture intermedie, fa sì che l'ipermercato rappresenti quasi il 40% delle preferenze degli intervistati a Bologna, valore ben superiore all'effettivo peso percentuale delle strutture. Tale incidenza, considerato il rapporto con le altre tipologie distributive ed il rilevante impatto generato da questo tipo di struttura sulla mobilità (soprattutto in relazione all'uso frequente in termini di servizio di prossimità) può essere oggi considerata eccessiva a livello PUI e a scala urbana;
- ad esclusione degli ipermercati, la rete despecializzata a Bologna è formata prevalentemente da esercizi commerciali di dimensioni comprese tra i 400 ed i 1000 mq, spesso inseriti in centri di quartiere o in ogni modo all'interno del tessuto urbano lungo le radiali che si dipartono dal centro. E' invece scarsa la dotazione di strutture medio-grandi, di dimensioni tali da fornire un servizio con un buon grado di competitività sul prezzo, senza assumere le dimensioni e l'impatto di un ipermercato;
- la forte polarità del centro storico di Bologna, che mantiene una forte valenza commerciale, con attrazioni che si estendono ben oltre i confini comunali, anche se tende però a concentrarsi su segmenti di mercato specifici (beni persona): la valutazione complessiva è quella di un "peso" del Centro Storico di Bologna nell'offerta non alimentari pari al 27% circa rispetto all'area PUI e al 17% circa rispetto all'intera provincia: valori entrambi molto superiori - com'era lecito attendersi - a quelli dei residenti nel Centro Storico (55.400, pari al 9,3% dell'area PUI e al 6% della provincia).

A conclusione delle valutazioni si dichiara fra gli obiettivi generali di:

- "Considerare esaurita la fase d'insediamento di centri commerciali integrati d'attrazione, con la presenza dei grandi ipermercati";
- "Completare la maglia degli insediamenti alimentari attraverso alcuni insediamenti mirati d'esercizi compresi nella fascia 1500-2500 in grado di fornire un servizio d'approvvigionamento settimanale più articolato sul territorio".

In particolare alcune delle proposte presentate riguardanti il settore alimentare (ex-Riva Calzoni, Lazzaretto, Fiera) sono coerenti con questo secondo obiettivo e sono evidentemente tese a darne una traduzione operativa.

Pur condividendo in termini generali la valutazione sull'opportunità di riequilibrare la rete con l'apertura d'alcune strutture despecializzate medio-grandi, ciò non toglie che sul piano dell'idoneità delle aree, alcune delle proposte presentate (ex-Riva Calzoni, Fiera) presentano quegli elementi di criticità, di seguito evidenziati, che suggeriscono un ridimensionamento delle strutture ipotizzate. Se l'obiettivo resta valido, occorrerà individuare in seguito opportunità urbanistiche diverse e più idonee allo scopo.

Oltre alle determinazioni di rilevanza strettamente locale riguardanti il commercio di vicinato e le medio-piccole strutture, il Comune di Bologna, con riguardo alle strutture commerciali più cospicue,

ha formulato proposte concentrate solo in alcune zone della città e su un numero limitato di comparti attuativi.

Poiché uno dei principali obiettivi dichiarati negli indirizzi espressi dal Comune riguarda la tenuta e la modernizzazione della struttura commerciale di vicinato e in particolare del forte ruolo attrattore del centro storico, obiettivo di rilevanza per l'intera area metropolitana e pienamente condiviso, si ritiene utile il già considerato ridimensionamento di alcune delle proposte originariamente avanzate dal Comune di Bologna, la subordinazione temporale di altre alla preventiva realizzazione di determinate e indispensabili infrastrutture e la graduazione temporale del rilascio di nuove autorizzazioni che potrà essere effettuata attraverso gli strumenti di programmazione del settore da parte del Comune e della Provincia. In tal modo si contribuisce alla moderazione degli effetti delle ulteriori previsioni sulla rete tradizionale e soprattutto alla più efficace integrazione fra l'apertura di nuove strutture e il dispiegamento delle politiche attive di sostegno alle aree commerciali tradizionali attraverso i Progetti di Valorizzazione Commerciale.

Le proposte d'adeguamento presentate dal Comune di Bologna "depotenziano" la capacità insediativa del PRG vigente, calcolata in oltre 711.000 mq di superficie utile commerciale, nelle sole aree oggetto di Piani attuativi con potenzialità d'insediamento di strutture medie e grandi, cui andrebbe aggiunta la potenzialità d'insediamento di centri commerciali in aree industriali e artigianali.

Alle medie e grandi strutture sono assegnate aree idonee con una capacità insediativa massima pari a 97.531 mq di SU. Per alcune di tali aree sono state presentate domande d'autorizzazione per l'insediamento di grandi strutture (per complessivi 65.131 mq di SU), che ai sensi dell'art.19 della L.R. 14/99 saranno esaminate prioritariamente. Sono inoltre presenti aree idonee per insediamenti di rilevanza comunale pari a 20.180 mq di SU.

1 - Area N. 68 NA - Ex-ICO - S.U. commerciale mq 3.530

Il dimensionamento della proposta è condivisibile in relazione ad un situazione locale (di quartiere) con una forte concentrazione d'esercizi di vicinato nelle vicinanze (Via A. Costa), ma scarsamente dotato di medie strutture; l'intervento è stato positivamente verificato con procedura di VALSIA.

2 - Area N. 41 A - Via Corelli - S.U. commerciale mq 7.000

Il dimensionamento della proposta è condiviso, andando a dotare di un centro commerciale di fascia intermedia un bacino costituito da una porzione di Bologna e dai comuni della valle del Savena, area nella quale un servizio di tale livello è assente. Si può presumere che per la popolazione di tale bacino l'insediamento possa avere l'effetto di ridurre la lunghezza degli spostamenti per acquisti in grandi strutture. Il sistema degli accessi all'area, così come la ricaduta in termini d'impatto dell'intervento, è stato positivamente valutato nell'ambito della VALSIA.

3 - Area 43A e 66NA - Ex Riva-Calzoni - S.U. commerciale mq 7.000

La proposta appare problematica sia dal punto di vista del dimensionamento e dei relativi effetti sulla rete commerciale, sia dal punto di vista dell'accessibilità.

Dal punto di vista del dimensionamento il comparto si trova a ridosso di un'area d'aggregazione d'attività commerciali tradizionali (asse della Via Emilia Ponente a S. Viola); questa potrebbe anche trarre effetti positivi dalla realizzazione di un intervento che si ponga ad integrazione del servizio di vicinato attuale per l'utenza del quartiere. Potrebbero, viceversa, attendersi effetti non desiderati sulla tenuta della rete preesistente dall'apertura di una struttura 'autosufficiente', ossia con vasta gamma di servizi e forte capacità attrattiva.

Dal punto di vista della collocazione si segnalano forti criticità in relazione alla viabilità d'accesso e ai caratteri del contesto di prossimità. L'area è raggiungibile attraverso una strada urbana di quartiere ('locale interzonale') fortemente dedicata al trasporto pubblico e di ridotta capacità per quanto riguarda la mobilità automobilistica privata. Non risultano possibilità di collegamento diretto con le strade di scorrimento circostanti, se non attraversando zone residenziali. L'insediamento si

troverebbe a contatto con zone residenziali e con una struttura scolastica: l'attrazione di quote elevate di traffico potrebbe determinare seri problemi di compatibilità dal punto di vista della zonizzazione acustica e dell'inquinamento atmosferico.

Per tutto quanto sopra, si ritiene che la proposta d'insediamento commerciale vada ridimensionata al rango di servizio locale il più possibile integrato o complementare alla rete esistente e di capacità attrattiva più limitata.

Si ritiene compatibile l'insediamento di un centro commerciale di vicinato con inserita una struttura di vendita medio-piccola alimentare e medio-grandi non alimentari.

4 - Area 45A - R5 Fiera- Viale della Repubblica - S.U. commerciale mq 5.000

La proposta appare problematica dal punto di vista della collocazione, andando a gravare sulla zona d'incrocio fra l'asse primario dell'89 e la Via Stalingrado, ossia "uno dei nodi più carichi della rete stradale urbana" su cui "il carico aumenta sensibilmente nelle giornate di Fiera e nelle quali si è in condizioni di capacità residua molto debole", come giustamente esprime la scheda tecnica redatta dal Comune di Bologna al punto E.

La proposta è finalizzata, tenuto conto delle nuove consistenti previsioni insediative, alla razionalizzazione dei servizi della zona: l'area è idonea "all'insediamento d'esercizi non alimentari e negozi di vicinato destinati ad integrarsi con la rete esistente, escludendo strutture non compatibili con la situazione del traffico della zona".

In coerenza con tali valutazioni condivise, si ritiene di validare la nuova proposta, che definisce l'area idonea per l'insediamento di una struttura medio-piccola nel settore alimentare, anche in forma di centro commerciale di vicinato e di una medio-piccola nel settore non alimentare.

5 - Area di rilevanza comunale - Ex mercato ortofrutticolo -S.U. commerciale mq 7.150

L'area risulta di servizio al nuovo insediamento urbano che sorgerà in sostituzione del mercato ortofrutticolo; si condivide la proposta del Comune di riservarla a strutture medio-piccole non alimentari.

6 - Area 42A e 70NA - Bertalia-Lazzaretto - S.U. commerciale mq 15.000

Questa proposta risulta sostanzialmente ricalibrata nella proposta conclusiva del consiglio comunale, rispetto agli originari documenti di lavoro.

Dal punto di vista della collocazione e dell'accessibilità, l'area presenta condizioni potenziali valide, una volta che sia completato l'Asse primario urbano dell'89, compresa una efficace soluzione dell'intersezione con la via Emilia Ponente e un efficace collegamento fra l'asse stesso e la Tangenziale.

Dal punto di vista della caratterizzazione commerciale della proposta, si manifestano perplessità sulla coerenza e compatibilità con :

- la caratterizzazione urbanistica che deriva all'area dalla prevista forte presenza di funzioni universitarie, che si ritengono scarsamente compatibili con forti attrattori commerciali di rango urbano e metropolitano;
- la posizione dell'area nel contesto urbano, oggi marginale e periferica, ma domani tendenzialmente centrale nel sistema urbano, una volta realizzata l'infrastrutturazione prevista, che può risultare particolarmente interferente con le strutture commerciali urbane diffuse del centro storico e della prima periferia;
- gli elementi di fragilità dell'area dal punto di vista idrogeologico e, in particolare, l'elevata vulnerabilità del suolo e il suo alto contributo alla carica della falda, che richiede di limitare al massimo la sua impermeabilizzazione e quindi di privilegiare tipologie edilizie in elevazione piuttosto che in estensione.

Si richiama inoltre l'indicazione del Piano Territoriale Infraregionale, secondo il quale l'urbanizzazione di quest'area va limitata alla porzione ad est dell'Asse dell'89, lasciando la porzione ad ovest ad usi che salvaguardino le fragilità idrogeologiche del sito.

Per quanto riguarda il settore alimentare, che è di particolare attrazione per il traffico, va considerata anche la presenza nelle vicinanze di un ipermercato che ha già determinato un aggravamento della situazione di congestione sull'asse di Via Marco Polo.

Per quanto riguarda il settore non alimentare si ritengono più idonee all'insediamento di grandi strutture le aree individuate in zone più periferiche e quindi meno interferenti con le altre funzioni urbane.

E' inoltre precisato dal Comune di Bologna e condiviso dalla Conferenza dei Servizi, che "le scelte operative saranno da subordinare alle potenzialità insediative dell'intervento e alle esigenze di sviluppo equilibrato dell'offerta commerciale a livello di intera area urbana, in relazione alla definizione del piano particolareggiato di iniziativa pubblica".

Si propone quindi di validare la proposta, escludendo la possibilità di insediamento di grandi strutture di vendita e di centri commerciali, col ridimensionamento delle potenzialità insediative per attività commerciali a non oltre 15.000 mq di SU commerciale complessiva da correlare con le previsioni insediative interne al comparto.

In ogni caso la realizzazione di medio-grandi strutture è condizionato al completamento del sistema stradale primario previsto, ossia all'entrata in esercizio dell'asse dell'89, ivi compreso l'attraversamento a livelli sfalsati della Via Emilia Ponente e al diretto collegamento dell'Asse con la Tangenziale.

Area 71 NA - ex RDB - S.U. commerciale mq 23.131- Priorità ex art. 19 L.R.14/99 - POLO FUNZIONALE

Si ritiene la proposta compatibile in relazione alla valida collocazione presso uno svincolo della Tangenziale. Il rilascio di autorizzazioni commerciali va contestualizzato e coordinato:

- alla realizzazione degli interventi già progettati di miglioramento dello svincolo fra la Tangenziale e la Via Marco Polo/Cristoforo Colombo;
- alla realizzazione di un innesto adeguato fra l'area e la viabilità pubblica.

8 - Aree CAM (Centro Annonario Mercantile): POLO FUNZIONALE

69NA e 44A - Città Scambi- S.U. commerciale mq 38.400
Priorità ex art. 19 L.R.14/99

67NA e 46A - ex ASAM - S.U. commerciale mq 10.000

La collocazione in quest'area di grandi funzioni attrattive al servizio dell'intera area metropolitana è previsione consolidata da tempo sia nella pianificazione comunale bolognese, sia nella pianificazione provinciale: nel PTI l'area è complessivamente identificata 'per funzioni di particolare attrattività, rarità o rilievo strategico'.

Anche in considerazione dell'assenza di possibili e valide previsioni alternative nella pianificazione comunale dei comuni a nord di quello di Bologna, quest'area si configura in prospettiva come un terzo (e unico ulteriore) grande polo di concentrazione di funzioni con capacità attrattiva anche sovraprovinciale dopo quelli realizzati nel tempo a Casalecchio e a Villanova di Castenaso.

Il rango dell'area bolognese nel contesto regionale e sovraregionale rende non solo plausibile, ma anche opportuno che, nel medio periodo, dando per sostanzialmente esaurite le potenzialità insediative dei poli di Casalecchio e Castenaso, la pianificazione del sistema urbano bolognese renda possibile l'ulteriore insediamento di funzioni commerciali 'rare'.

L'idoneità di questo insieme di aree ad assumere tale funzione metropolitana, al di là del già realizzato insediamento del CAAB, è tuttavia legata al completamento di una rete viaria primaria prevista da decenni dalla pianificazione bolognese, come peraltro già riconosce la proposta del Comune: " *L'attuazione complessiva degli interventi deve essere graduata, anche con riferimento al completamento del quadro infrastrutturale, in particolare della nuova strada Lungosavena*".

In particolare, allo stato attuale, l'area è ben accessibile esclusivamente dal lato ovest attraverso lo svincolo "Nuova S. Donato" della Tangenziale, pertanto i flussi di traffico vanno a insistere necessariamente sul tratto centrale della Tangenziale che è notoriamente il più gravato.

In considerazione del rango metropolitano delle funzioni insediate e previste e dei conseguenti elevati flussi di traffico prevedibili, diventa essenziale che l'area possa essere accessibile anche da

est (autostrada A 14 e tratta Ozzano-S. Lazzaro della relativa complanare) e da nord (autostrada A13, Trasversale di Pianura) senza necessariamente utilizzare l'arco centrale della Tangenziale. Ciò sarà possibile solamente con la realizzazione dell'asse Lungosavena fino alla Trasversale di Pianura e con il collegamento diretto tra Lungosavena e SS San Vitale ad est di Villanova.

Pertanto si condivide il carattere strategico e il dimensionamento delle proposte avanzate con riguardo alle funzioni commerciali insediabili nelle Aree Annesse-sud (Città-scambi) e ex-ASAM, proposte particolarmente riferite al settore non alimentare, ma comprendenti anche la possibilità di realizzazione di una grande struttura alimentare. La contemporanea presenza di una struttura medio-grande alimentare a Città Scambi e di una grande nell'area ex-ASAM presenta, tuttavia, aspetti di duplicazione sotto il profilo commerciale che andrebbero superati con una organica integrazione delle proposte. Si rileva comunque che l'integrazione della offerta commerciale a larga prevalenza non alimentare (Città Scambi) con una proposta alimentare (ex ASAM) conferisce una diversa e superiore attrattività commerciale a questa area. Queste rilevanti previsioni commerciali, unite alle altre qualificanti funzioni metropolitane previste nella area del CAM, configurano in questa area un nuovo POLO FUNZIONALE.

La proposta esclude al contempo la possibilità di ulteriori funzioni commerciali nelle Aree Annesse-nord, riducendo pertanto nel complesso le potenzialità di insediamento commerciale:

- dagli attuali 128.600 mq a 38.400 mq. di Su nelle aree annesse;
- dagli attuali 100.391 mq a 10.000 mq. di Su nelle aree ex ASAM;
- dagli attuali 417.122 mq a zero nelle aree a nord del CAAB.

Ai fini della sostenibilità dei nuovi insediamenti, dal punto di vista della mobilità, si stabilisce che la realizzazione di medio-grandi o grandi strutture in questo ambito del Comune di Bologna, così come in quelli confinanti dei Comuni di Castenaso e Granarolo, sia graduata in relazione all'entrata in esercizio dell'Asse stradale Lungosavena, secondo i tempi e le modalità previste nell'allegato Accordo di Programma sottoscritto tra i Comuni di Bologna, Castenaso e Granarolo dell'Emilia e la Provincia di Bologna, accordo opportunamente allegato in copia. In particolare l'area Ex-Asam è subordinata all'attuazione del 2° lotto parte b) della Lungo Savena e al 2° lotto bis.

9 - Area di rilevanza comunale - Fossolo due - S.U. commerciale m. 1.500

Si condivide la valutazione dell'area come idonea per un centro commerciale di vicinato.

mq 12.000	mq 43.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 55.000	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N.2 – BAZZANESE COMUNE DI ANZOLA DELL'EMILIA

Aree: 1A/1NA Capoluogo, 2NA Capoluogo/Lavino, 3NA Ca' d'Oro, 4NA ovest Ca' d'Oro, 5NA Ponte Samoggia.

Per quanto riguarda il settore alimentare è necessario limitare la proposta ad una sola struttura medio grande, in rapporto ai problemi di accessibilità attualmente riscontrabili per l'abitato di Anzola e a condizione che tale previsione sia accessibile almeno da una strada urbana di quartiere o di rango superiore.

Per il settore non alimentare la proposta comunale risulta problematica in rapporto all'attuale livello di congestione della Via Emilia, su cui le proposte si attestano.

In considerazione di tale carenza, ma tenendo presenti le realizzazioni infrastrutturali in corso di realizzazione:

- da Ponte Samoggia a Ca' d'Oro, in relazione all'assenza di previsioni di potenziamento dell'infrastruttura in un arco temporale prevedibile, si prescrive di declassare le proposte da MG a MP e di escludere la formazione di ACI;
- dal Capoluogo a Lavino si prescrive di subordinare l'attuazione di ulteriori strutture MG all'entrata in esercizio della circonvallazione di Anzola.

Per tutte le aree produttive si esclude la formazione di centri commerciali di attrazione.

mq 2.000	mq 11.500
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 13.500	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N.2 – BAZZANESE COMUNE DI CREPELLANO

Aree: 2A Capoluogo, 3NA via Emilia ovest, 6NA via Lunga, 7NA polo produttivo prospiciente l'autostrada.

- Per l'area prevista nel capoluogo per una MG alimentare non si formulano osservazioni, considerando la previsione correttamente rapportata al centro abitato stesso e alla sua struttura commerciale.
- Per le aree produttive attestate sulla via Emilia si richiamano le considerazioni già svolte per le aree in comune di Anzola lungo il medesimo tratto di questa direttrice a causa del suo attuale stato di congestione; pertanto si prescrive di declassare le strutture da MG a MP e di escludere la formazione di ACI.
- Per l'area industriale lungo la Via Lunga, in considerazione dell'attuale livello di congestione della SS. Bazzanese e particolarmente del nodo di innesto della via Lunga, si prescrive di subordinare l'attuazione degli insediamenti commerciali all'entrata in esercizio della Nuova Bazzanese fino allo svincolo con la Via Lunga stessa.
- Le aree poste in fregio all'autostrada non presentano caratteristiche idonee a svolgere una funzione commerciale a causa della totale inadeguatezza della rete viaria di accesso, per cui si prescrive la riduzione delle possibilità di insediamento alla MP non alimentari.

La valutazione complessiva di idoneità commerciale delle aree in comune di Crespellano potrà essere significativamente modificata a seguito della realizzazione del previsto nuovo casello autostradale, del completamento della variante alla SS Bazzanese e di un'efficace accessibilità alle aree commerciali ora proposte.

mq 1.500	mq 9.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 10.500	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.2 – BAZZANESE
COMUNE DI MONTE SAN PIETRO**

Aree: 10NA Ponterivabella

La proposta di per sé può risultare condivisibile, costituendo positivo completamento dell'offerta commerciale al sistema insediativo Calderino-Ponterivabella, ma trova elemento di rilevante problematicità nell'attuale sistema infrastrutturale viario.

La proposta potrà quindi trovare attuazione solo se contestualizzata e verificata in rapporto alle problematiche connesse alla risoluzione del nodo viario di Ponterivabella (intersezione tra le viabilità delle valli del Lavino e del Landa e realizzazione del nuovo ponte sul Lavino).

-	mq 2.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 2.000	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.2 – BAZZANESE
COMUNE DI CASALECCHIO**

**Area 12 NA “Zona B” - POLO FUNZIONALE
Priorità ex art. 19 L.R. 14/99**

In presenza di un effettivo ed esistente polo funzionale dell'area metropolitana bolognese, dotato di infrastrutture adeguate, si confermano le potenzialità commerciali previste dal vigente PRG.

-	mq. 10.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 10.000	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.2 – BAZZANESE
COMUNE DI BAZZANO**

Aree 8NA e 4A Lungofiume

Si condivide complessivamente la proposta “Lungofiume”, di rango locale, risultando elemento non solo di riqualificazione del centro urbano, ma anche occasione di integrazione e qualificazione della offerta commerciale già presente. Si stimano, ai fini del calcolo delle potenzialità commerciali, mq 1.000 di SV alimentare e mq 2.000 di SV non alimentare.

Aree 9NA e 5A Sirena

In merito alla proposta relativa al comparto insediativo Sirena, di dimensioni pari a 4.350 mq di SV alimentare e quindi di rilievo sovracomunale, si riscontrano problemi di accessibilità rispetto all'intersezione ferrostradale della vicina località Muffa. Questi problemi potrebbero risultare aggravati dalla contestuale apertura di una nuova grande struttura di vendita e dalla ripresa di attività della ferrovia Casalecchio - Vignola, con fermata posizionata sulla Strada provinciale Cassola. Per questi motivi si prescrive di correlare temporalmente l'attuazione del Centro Commerciale con la prevista soluzione del suddetto nodo infrastrutturale, differendo l'apertura del Centro Commerciale

all'anno 2002, anno nel quale sono previsti i lavori di costruzione del sovrappasso della SS Bazzanese, nell'ambito dei lavori di ammodernamento della linea ferroviaria Casalecchio-Vignola. In sede di Conferenza dei Servizi per il rilascio della autorizzazione commerciale potrà essere modificata la suddetta correlazione temporale.

mq 5.500	mq 2.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 7.500	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N.2 – BAZZANESE COMUNE DI SAVIGNO

Aree: 72NA/47A, 73NA/53A, 74NA/50A, 75NA/48A, 76NA/54A, 77NA/52A, 78NA/51A, 79NA/49A, 80NA/55A

Rispetto alle indicazioni del PTI riguardo al rango dei centri abitati e ai limiti della viabilità locale su cui si attestano le aree proposte si condividono solo le previsioni ubicate nel Capoluogo e limitatamente alle aree che possono avere accessibilità o dalla provinciale o dalla viabilità di lungofiume in sinistra Samoggia. Per le altre previsioni NA, collocate sulle strade provinciali al di fuori del capoluogo, si prescrive il declassamento delle possibilità insediative alle strutture MP; per le rimanenti previsioni del PRG collocate su strade comunali si prescrive un declassamento delle possibilità insediative agli esercizi di vicinato.

mq 1.000	mq 2.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 3.000	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N.4 – PERSICETANA COMUNE DI SALA BOLOGNESE

Area 9A Osteria Nuova

Ritenute di rilevanza comunale le previsioni non alimentari nella zona produttiva di Osteria Nuova, si rileva la inadeguatezza della medesima collocazione se estesa alle strutture alimentari. Infatti la località non è un centro di base ai sensi del PTI, ma costituisce una frazione con un peso demografico limitato. Inoltre, la zona produttiva solo in piccola parte risulta accessibile in modo diretto dalla zona residenziale. Si condiziona l'accoglimento della proposta alla limitazione della possibilità di insediamento di strutture alimentari di rango medio piccolo (MP) alle aree contigue o quanto meno prossime alla zona residenziale di Osteria Nuova e alla nuova stazione del Servizio Ferroviario Metropolitano.

mq -	mq -
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.4 – PERSICETANA
COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO**

Aree: 15 NA, 16 NA, 17 NA

Insedimento sulla Trasversale di Pianura (15 NA): in relazione al rango di S. Giovanni in Persiceto quale Centro Ordinatore e al rango della Trasversale di Pianura come asse di interesse regionale si accoglie la proposta. Per l'insediamento di Grandi strutture, in ottemperanza ai "Criteri" deliberati dalla Regione, occorrerà che l'area, o una parte di essa, venga configurata e organizzata come Area Commerciale Integrata. Nel caso di insediamento di grandi strutture di livello superiore (maggiori di 10.000 mq di SV) occorrerà che l'area sia allacciata al sistema viario della Trasversale-Persicetana con uno svincolo a livelli differenziati.

Insedimento su via Bologna (16 NA - zona nuovo ospedale): in considerazione della criticità del traffico nell'intersezione fra SS Persicetana e Trasversale di Pianura, con conseguente ricaduta di congestione sugli archi stradali afferenti al nodo stesso, non si ritiene che al momento esistano le condizioni per insediamenti di strutture medio grandi di rilievo sovracomunale. Si prescrive di limitare le potenzialità commerciali al livello di strutture medio piccole di rilievo comunale, finché non sia realizzato un intervento di miglioramento del nodo Persicetana-Trasversale atto a risolvere l'attuale congestione.

Insedimento di Decima (17 NA): si accoglie a condizione che il rilascio di autorizzazioni commerciali per medio-grandi o grandi strutture sia condizionato all'entrata in esercizio della circonvallazione di Decima. In ogni caso va esclusa la realizzazione di centri commerciali. Per l'insediamento di Grandi strutture, in ottemperanza ai "Criteri" deliberati dalla Regione, occorrerà che l'area, o una parte di essa, venga configurata e organizzata come Area Commerciale Integrata.

mq -	mq 23.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 23.000	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.4 – PERSICETANA
COMUNE DI CREVALCORE**

Area 61A, 82NA, 83NA

Comparto D4 Capoluogo (61A e 82NA) - L'ambito è ritenuto idoneo per strutture MG alimentari e non alimentari a condizione che siano preventivamente realizzate le condizioni di integrazione al contesto urbano già previste nel vigente PRG.

Beni Comunali (Area 83NA) - La significativa attrazione, anche verso i comuni della provincia di Modena determinata dal complesso di queste previsioni commerciali, può indurre un rilevante traffico di attraversamento del Capoluogo, che in assenza della realizzazione del sistema di circonvallazione previsto dal nuovo P.R.G. costituirebbe una rilevante criticità. Ad infrastrutturazione invariata si ritiene compatibile la previsione relativa al recupero dell'ex-zuccherificio, mentre le ulteriori aree potranno essere utilizzate a fini commerciali subordinatamente alla realizzazione del nuovo sistema tangenziale di Crevalcore (via Borgofollo e variante alla SS 568).

mq 1.200	mq 6.200
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 7.400	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.4 – PERSICETANA
COMUNE DI SANT'AGATA BOLOGNESE**

Area 18A Zona industriale Capoluogo

Le proposte sono accolte a condizione che sia garantita in sede attuativa una razionalizzazione del sistema dei numerosi accessi alla strada statale in questo tratto, in modo da migliorare la sicurezza e la fluidità del traffico e rispettare i requisiti prescritti dalla Regione in materia di efficienza delle connessioni delle strutture commerciali con la viabilità pubblica. In ragione delle dimensioni del centro urbano le due proposte si ritengono alternative.

mq 1.500	mq -
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 1.500	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.3 – NORD
COMUNE DI ARGELATO**

Area 17A Funo

Si condivide la proposta in quanto di rango prevalentemente locale; è ipotizzabile, inoltre, un effetto benefico rispetto ai flussi di traffico esistenti sulla Galliera.

mq 1.500	mq -
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 1.500	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.3 – NORD
COMUNE DI CASTEL MAGGIORE**

Area 10A Villa Salina

Si condivide la proposta di una medio-grande struttura alimentare, ma condizionata alla realizzazione delle opere previste dal PRG in rapporto al collegamento con il capoluogo (rotatoria e asse nord-sud).

Area 18NA Villa Salina

Per la parte ovest si conferma quanto detto per l'area 10A. Per la parte est si chiede di subordinare il rilascio di autorizzazioni commerciali per medio-grandi strutture alla realizzazione di un collegamento diretto fra via Di Vittorio e via Shakespeare.

mq 2.500	mq 4.500
STIMA DELLA Sv DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 7.000	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.3 – NORD
COMUNE DI SAN PIETRO IN CASALE**

Area 11A e 19NA Capoluogo

Si riscontrano problemi di accessibilità locale alle aree proposte e di possibile impatto sul tessuto commerciale delle zone urbane centrali di San Pietro e Galliera. Si prende atto positivamente della volontà comunale, manifestata nella Conferenza del 22/03/2000, di escludere da questa area il settore alimentare e di ridurre il rango delle non alimentari a livello di medio piccole (MP). Anche se ricondotte ad un rilievo comunale, parrebbe utile mantenere le precondizioni attuative della realizzazione dei sottopassi ferroviari, che consentiranno una sostanziale integrazione di queste aree con il tessuto urbano consolidato e della razionalizzazione del sistema degli accessi dalla SP Galliera.

Area 12A Capoluogo sud

La previsione di una grande struttura commerciale appare sovradimensionata rispetto alla superficie disponibile e ai condizionamenti infrastrutturali ed urbanistici e, inoltre, per il traffico indotto, può provocare problemi di accessibilità locale. In sede di Conferenza del 22/03/2000, il Comune di San Pietro ha manifestato la volontà di un declassamento a struttura medio-piccola (MP), che di conseguenza ne determina un rilievo comunale.

Aree 13A, 14A, 15A, 16A - Frazioni minori

Considerata la collocazione delle aree in posizione isolata in un contesto rurale e non relazionate con centri abitati; considerata l'inadeguatezza della rete viaria su cui le aree si attestano; acquisita la concorde volontà della Amministrazione Comunale, manifestata nella Conferenza del 22/03/2000, si prescrive di ricondurre le potenzialità commerciali di queste aree al rango di vicinato.

mq -	Mq -
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq. -	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.3 – NORD
COMUNE DI CASTELLO D'ARGILE**

Area 22NA Mascarino-Venazzano

Rispetto al sistema di accessibilità esistente, la proposta deve intendersi riferita al sistema insediativo locale della frazione (il cui centro di base è il Capoluogo) e quindi si ritiene che la proposta di MG non sia opportuna. Si prescrive quindi il declassamento a MP.

Area 21NA Zona Industriale

La previsione si pone in relazione con il tessuto commerciale presente nei centri storici di Pieve e di Castello d'Argile e sconta un problema di inadeguatezza e congestione della viabilità provinciale attuale. Nella situazione attuale si prescrive il ridimensionamento delle strutture insediabili alle strutture MP e a condizione che non producano un incremento del numero di accessi alla strada provinciale. L'insediamento di strutture commerciali MG è subordinato alla realizzazione del sistema di circonvallazione di Pieve e di Castello d'Argile previsto nei rispettivi PRG. E' comunque da escludere la previsione di Centri Commerciali e di Aree Commerciali Integrate (ACI).

mq -	mq 6.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq. 6.000	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N.3 – NORD
COMUNE DI GALLIERA**

Area 20 NA Capoluogo

La proposta conferma le potenzialità urbanistiche, in larga parte già attuate; in relazione al rango di centro di base attribuito dal PTI, l'ambito commerciale dovrà mantenersi entro la soglia delle grandi strutture, escludendo l'insediamento di strutture di livello superiore

mq -	mq 4.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 4.000	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N. 5 – IDICE
COMUNE DI CASTENASO**

Area 32 NA Centronova - POLO FUNZIONALE

In presenza di un polo funzionale dell'area metropolitana bolognese, che ha compiutamente espresso le potenzialità commerciali e che presenta una infrastrutturazione localmente adeguata, ma problematica rispetto al mancato completamento dell'asse Lungosavena, si conferma il dimensionamento commerciale attualmente esistente, escludendo significativi ampliamenti.

Area 34NA - Via del Bargello - Cà dell'Orbo

L'area 34NA, posta lungo il previsto tracciato della Lungosavena, già nella proposta del Comune è subordinata alla completa realizzazione della Lungosavena. Si condivide tale condizione attuativa, ma sulla base della valutazione della rilevante offerta di insediamenti commerciali prevista in questo quadrante territoriale, dovrebbe essere limitata la potenzialità commerciale del comparto ad una dimensione che non configuri una ulteriore Area commerciale integrata di livello superiore (SV mq 9.000).

Ai fini della sostenibilità dei nuovi insediamenti, dal punto di vista della mobilità, si stabilisce che la realizzazione di medio-grandi o grandi strutture in questo ambito del Comune di Castenaso, così come in quelli confinanti dei Comuni di Bologna e Granarolo, sia graduata in relazione all'entrata in esercizio dell'Asse stradale Lungosavena, secondo i tempi e le modalità previste nell'allegato Accordo di Programma sottoscritto tra i Comuni di Bologna, Castenaso e Granarolo dell'Emilia e la Provincia di Bologna, accordo opportunamente allegato in copia.

Area 33NA - Villanova

Per quanto concerne le attività commerciali già insediate nell'ambito 33NA, si ritiene compatibile con la attuale infrastrutturazione la possibilità di contenuti (20%) ampliamenti che comunque si mantengano all'interno dell'attuale rango.

Le previsioni di nuove aree commerciali con la realizzazione di strutture medio-grandi e gli ampliamenti delle esistenti strutture, oltre l'attuale rango, sono da relazionare all'attuazione del secondo lotto della Lungosavena e del suo collegamento con la SS S. Vitale, così come precisato nell'Accordo di Programma tra i Comuni di Castenaso, Bologna e Granarolo e la Provincia di Bologna.

Area 35 NA Capoluogo

In rapporto agli indirizzi del PTI che prevede la formazione di una polarità urbana complessa e articolata, con le funzioni residenziali e di servizio alla residenza attestate nel capoluogo e le funzioni terziarie e ad elevata attrazione di rango metropolitano concentrate in Villanova, risultano coerenti le proposte riguardanti le aree di Villanova (Cà dell'Orbo), mentre risulta meno coerente e di eccessivo rilievo la proposta di consentire grandi strutture anche in quest'area molto prossima al capoluogo, ancorché separata dalle zone residenziali. Si richiama che, ai sensi dei "Criteri" emanati dalla Regione, le nuove grandi strutture vanno collocate in aree a destinazione specialistica (Aree Commerciali Integrate), mentre quest'area sembra avere una destinazione mista terziario/commerciale. Si richiede che l'area non assuma le caratteristiche di Area Commerciale Integrata di livello superiore, ma mantenga un carattere misto commerciale/terziario; di conseguenza si richiede il ridimensionamento delle strutture commerciali insediabili a quelle MG e MP non alimentari (mq 9.000 di SV).

mq -	mq 23.500
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 23.500	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N. 5 – IDICE COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA

Area 46NA - via Caselle - POLO FUNZIONALE

La proposta si configura come polo funzionale a prevalente indirizzo commerciale non alimentare (mq 6.000 di SV), integrato con strutture dedicate allo spettacolo e la collocazione appare congruente con gli indirizzi di pianificazione territoriale provinciale, in quanto collocata nell'ambito della polarità urbana di Villanova, in prossimità del nucleo prevalentemente terziario e a ridosso di uno svincolo della tangenziale e di una prevista stazione del SFM. L'attuazione della previsione commerciale dovrà essere contestualizzata alla realizzazione dei progetti previsti nell'ambito del potenziamento del sistema tangenziale concertato con la Società Autostrade e delle opere propedeutiche alla realizzazione della Alta Velocità Ferroviaria (TAV): miglioramento dello svincolo della Tangenziale, eliminazione del passaggio a livello di Via Caselle. Dovrà inoltre essere previsto un innesto nella viabilità pubblica almeno pari al livello C2 (punto 5.3.4 dei Criteri regionali I).

Area 45NA - Cicogna ex Gandolfi

La proposta è improntata a criteri di recupero di un contenitore industriale di pregio ed è collocata in fregio alla via Emilia (mq 5.000 di SV). L'accoglimento della proposta è condizionato ad una complessiva razionalizzazione degli accessi a servizio di questa struttura e degli altri accessi esistenti in prossimità, in coerenza con le scelte urbanistiche di riordino della viabilità che prevedono un collegamento diretto della zona Cicogna con l'asse complanare e con la strada Provinciale Colunga e di conseguenza un alleggerimento di traffico sulla via Emilia.

mq -	mq 11.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 11.000	
settore alimentare	settore non alimentare

**SUBAMBITO N. 5 – IDICE
COMUNE DI OZZANO DELL'EMILIA**

Area 37NA Colunga e Area 38NA Ponte Rizzoli

La proposta di insediare strutture medio grandi non alimentari in queste zone industriali risulta condivisibile in relazione alla valida accessibilità che avranno in prospettiva, ma per non gravare sui nodi critici della viabilità circostanti, è condizionata alla preventiva realizzazione della complanare alla A14, almeno fino a Ponte Rizzoli.

Area 39NA Capoluogo

Per le aree industriali della zona del Capoluogo a ridosso della Via Emilia, la proposta può svolgere una positiva funzione di integrazione rispetto al sistema urbano locale, ma per non aggravare il problema di accessibilità e saturazione della via Emilia, l'insediamento di nuove strutture MG dovrà essere condizionato alla contestuale realizzazione ed entrata in esercizio della variante locale alla strada statale (mq 9.000 di SV).

Non si accoglie la proposta per l'area posizionata a sud della Via Emilia su via Tolara, in quanto non relazionata con il centro urbano di Ozzano e posizionata in ambito agricolo ed, inoltre, in quanto non connessa con una viabilità sufficiente per la struttura proposta; si richiede il ridimensionamento delle possibilità insediative alla strutture MP.

Per le zone commerciali previste lungo la via Emilia, oltre il torrente Quaderna, in relazione all'intensità di traffico attuale su questa strada, si condiziona l'insediamento di strutture MG alla preventiva realizzazione ed entrata in esercizio della complanare alla A14 fino a Osteria Grande (mq 7.000 di SV).

Area 47NA Emilia Ovest

Non si condivide la proposta in quanto si tratta di aree in posizione isolata in ambito agricolo e non dotate di sufficiente accessibilità alla viabilità principale, per le quali non risulta congruente la previsione di attività commerciali. Si prescrive, quanto meno, il ridimensionamento delle possibilità insediative alle strutture MP.

Area 48NA Lungoidice

Le proposte risultano compatibili con gli indirizzi di pianificazione solamente per le parti riferite a trasformazioni di ambiti già urbanizzati in destra IDICE (mq 2.000 di SV). Viceversa, si ritiene non compatibile l'utilizzazione commerciale per le aree non edificate poste a sud di Mercatale e in sinistra Idice, per i seguenti motivi:

- si tratta di aree in posizione isolata in ambito agricolo, lontano dai maggiori centri abitati, nel quale il PTI non indica prospettive di sviluppo insediativo;
- sono dotate di una viabilità altamente insufficiente per raggiungere un accettabile livello di accessibilità;
- in base agli indirizzi regionali sono da preferire le aree già urbanizzate;
- sono aree ambientalmente sensibili in quanto posizionate ai margini del Parco Regionale dei Gessi e su un ambito direttamente connesso con il fiume Idice;
- sono state inserite in PRG in funzione di attività produttive artigianali.

mq -	mq 18.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 18.000	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N. 6 – NORD EST COMUNE DI MALALBERGO

Aree 28A Pegola e 27A Altedo

Le proposte di grandi strutture del settore alimentare previste ad Altedo e a Pegola (quest'ultima come centro commerciale d'attrazione di livello superiore) non risultano congruenti con i criteri emanati dalla regione (punto 4.3.1 lettera d dei "Criteri regionali A" e punto 2.b.1 dei "Criteri regionali B") in quanto:

- il bacino di residenti nel comune e nei comuni più prossimi è troppo limitato; una grande struttura alimentare potrebbe reggersi solamente determinando gravitazioni per acquisti anche dalle aree sub-urbane di Bologna e di Ferrara, ossia determinando una mobilità di lungo raggio che non è opportuno incentivare;
- le strategie di assetto territoriale del PTI riguardo al sistema insediativo assegnano ad Altedo il rango di "centro di base", mentre il PTI stesso indica le grandi strutture commerciali d'attrazione fra quelle funzioni che vanno collocate nelle città regionali o nei centri ordinatori.

Si prescrive di ridimensionare le possibilità insediative a strutture alimentari di dimensione rapportata all'utenza di un bacino locale più limitato e in specifico ad una struttura MG, o a un centro commerciale nel quale comunque la SV del settore alimentare non superi la soglia delle strutture MG.

Fra le diverse aree previste sembra preferibile la collocazione di una tale struttura nella area 27A (mq 1.500 di SV), collocata nel centro di base di Altedo, in quanto maggiormente a ridosso dell'abitato, per consentire una integrazione funzionale con il tessuto commerciale esistente.

Area 31NA Altedo

La proposta riferita al settore non alimentare prevede la possibilità di insediamento di grandi strutture in un insieme di ampie zone prossime alla uscita autostradale di Altedo e con accesso in parte sulla SP che porta al casello e in parte sulla S. Porrettana. In particolare nell'area della ex distilleria di Pegola con accessibilità dalla SS, la previsione contempla la possibilità di realizzazione di un centro commerciale di livello superiore. Le altre aree per grandi strutture hanno accesso in parte dalla SP e in parte dalla strada di lottizzazione della area industriale, che dal PRG è indicata come alternativa locale ai problemi di traffico causati dall'attraversamento dell'abitato di Altedo da parte della SS Porrettana.

L'insieme dei criteri regionali già richiamati con riguardo alle proposte relative al settore alimentare, nonché le strategie di assetto territoriale del PTI riguardo al sistema insediativo, che assegnano ad Altedo il rango di "centro di base", indicano di non prevedere in questo contesto l'individuazione di Poli Funzionali (ACI di livello superiore). Tuttavia, la zona ha una indubbia propensione anche commerciale in relazione alla prossimità al casello autostradale, per cui si ritiene appropriato l'eventuale insediamento anche di medio grandi e grandi strutture fino a 9.000 mq di SV.

In sede di predisposizione del PTCP potrà essere meglio approfondito il rilievo strategico pianificatorio degli ambiti situati in prossimità ai nodi di interscambio del sistema autostradale rispetto al rango dei Centri (come nel caso del Centro di base di Altedo) e in tale sede si potrà verificare la congruità di un dimensionamento commerciale anche superiore a quello attualmente prescritto.

Sulla base dell'attuale quadro della pianificazione territoriale si prescrive, quindi, che in questa fase l'insediamento di MG e G strutture possa avvenire, ma senza superare la caratterizzazione prevalentemente produttiva: sull'insieme delle aree proposte gli usi produttivi dovranno quindi rimanere prevalenti.

L'insediamento di eventuali grandi strutture nelle aree produttive di Altedo deve essere tuttavia contestualizzato con la realizzazione della circonvallazione locale di Altedo, onde evitare un peggioramento delle condizioni di traffico di questo centro urbano, con l'adeguamento almeno al rango di IV CNR della SP di collegamento con il casello Autostradale e con la realizzazione di adeguati sistemi di accessibilità locale alla struttura.

L'insediamento di eventuali grandi strutture nell'area della ex-distilleria di Pegola, va contestualizzato alla realizzazione di un'accessibilità diretta dall'area alla SP verso il casello e all'adeguamento di quest'ultima alle caratteristiche di IV CNR. Si ritengono compatibili medio grandi strutture (MG) che abbiano accesso dalla SS Porrettana, qualora non si prevedano nuove immissioni dirette nella strada statale.

mq 1.500	mq 9.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 10.500	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N. 6 – NORD EST COMUNE DI MOLINELLA

Le numerose aree sono in generale ben collocate, ma si rende necessario individuare un limite quantitativo tale da salvaguardare i livelli di accessibilità (in attesa delle consistenti opere infrastrutturali previste dal PRG) e da stabilire una relazione di integrazione e non di sostituzione con la rete commerciale del centro storico.

Area 29A - Capoluogo sud

Sulla zona di Ovest, risultando la previsione commerciale di una MG molto addossata ad un nodo della nuova circonvallazione, si prescrive di adottare un sistema di accessibilità che non interferisca in modo diretto con il nodo e che salvaguardi la funzionalità del nuovo asse viario, concertando preventivamente la soluzione progettuale (mq 2.000 di SV).

Area 31A - Capoluogo nord

Per effetto della ridotta dimensione dell'area, risulta compatibile l'insediamento di una struttura di tipo medio piccolo (MP).

Area 30A - Capoluogo sud

Sulla base della dimensione dell'area si ritiene compatibile una sola struttura (mq 2.500 di SV. di tipo medio grande (MG).

Area 32A - Ex zuccherificio

La collocazione esterna al centro abitato, ancorché in area dismessa, la pone in problematica relazione con il centro storico; l'area presenta, inoltre, difficoltà di relazione con l'attuale assetto viario; si ritiene l'area non adeguata per il settore alimentare.

Area 40NA - Zona industriale sud

L'area industriale risulta idonea per il settore non alimentare, tuttavia si ritiene che debba mantenere un carattere prevalentemente produttivo, per cui si prescrive di escludere la formazione di Aree commerciali integrate di livello superiore e di centri commerciali (mq 9.000 di SV).

Area 41NA - Ex zuccherificio

L'area dismessa potrà essere parzialmente convertita per il commercio non alimentare (mq 6.000 di SV), pur mantenendo una prevalente destinazione produttiva. L'eventuale insediamento di grandi strutture è ammissibile a condizione di migliorare la accessibilità alla viabilità esistente e di risolvere le criticità puntuali ivi riscontrabili; l'eventuale insediamento di grandi strutture di livello superiore è da contestualizzare alla realizzazione della variante alla Strada Provinciale.

mq 4.500	mq 15.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 19.500	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N. 6 – NORD EST COMUNE DI BUDRIO

Area 36NA - Cento

L'insediamento di strutture grandi e medio grandi deve essere contestualizzato alla realizzazione della variante alla SP Zenzalino.

Tale esigenza non si determina entro la seguente casistica:

- Trasferimento di strutture grandi e medio-grandi già insediate nell'area;
- Insediamento di una medio-grande struttura derivante dall'ampliamento con trasferimento di una medio-piccola già inserita nell'area.

L'insediamento di nuove grandi strutture in questa area, eccettuato il trasferimento della grande già presente nell'area, dovrà essere contestualizzato con il miglioramento del livello di efficienza del nodo dell'innesto della SP Zenzalino sulla SS S.Vitale e dovrà prevedere, in conformità ai Criteri Regionali "B", la formazione di almeno una area commerciale integrata (ACI) di livello inferiore.

mq -	mq 10.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 10.000	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N. 6 – NORD EST COMUNE DI GRANAROLO EMILIA

Aree 20A, 21A, 23A, 26A - Zone sparse

Trattandosi di aree non in continuità con zone urbane, che presentano rilevanti problemi di accessibilità, perché collocate su strade secondarie di ridotta carreggiata, si chiede di non ammettere possibilità di insediamento di esercizi superiori a quelli di vicinato.

Area 22A - Lovoleto

Trattandosi di previsioni relative ad un modesto nucleo urbano, si prescrive di limitare le previsioni di strutture MG ad una sola struttura (mq 1.000 di SV), che in relazione alla riscontrata criticità da traffico è da condizionare alla preventiva realizzazione della variante alla SS Porrettana.

Area 19A - Cadriano

Per quanto riguarda le zone residenziali, trattandosi di un centro frazionale di modesto peso demografico, si ritengono compatibili solo strutture medio-piccole. L'ammissibilità di strutture alimentari MP potrebbe essere estesa a quei lotti D in aderenza alle zone residenziali. Per quanto riguarda le restanti zone industriali, la previsione di aree per il commercio nel settore alimentare risulta inopportuna e non conforme con gli indirizzi regionali (possibili conflittualità con le attività produttive e interferenze fra flussi di traffico di diversa motivazione).

Area 24A - Quarto Inferiore

Trattandosi di previsioni relative ad un centro frazionale, si prescrive di limitare le possibilità insediative di strutture MG ad una sola struttura (mq 1.500 di SV) da collocare nelle zone residenziali, oppure in zona diversa purché in aderenza con il tessuto residenziale. In relazione alla riscontrata criticità della situazione del traffico nell'attraversamento di Quarto, il rilascio di autorizzazione per una struttura MG è da contestualizzare alla realizzazione della Lungosavena. Si ritengono, inoltre, inopportune e non conformi con gli indirizzi regionali le possibilità insediative per strutture alimentari, anche medio piccole e di vicinato, nella zona produttiva industriale.

Area 25A – Granarolo

In relazione alla dimensione del centro di base di Granarolo si ritiene compatibile la previsione di non più di 2 strutture alimentari nella fascia delle MG (mq 2.500 di SV) che devono essere correlate all'entrata in esercizio della Lungo Savena.

Aree 24NA, 27NA, 30NA - Zone sparse

Trattandosi di aree non in continuità con zone urbane, che presentano rilevanti problemi di accessibilità, perché collocate su strade secondarie di ridotta carreggiata, si chiede di non ammettere possibilità di insediamento di esercizi superiori a quelli di vicinato.

Aree 25NA, 26NA - Lovoletto

Trattandosi di previsioni relative ad un modesto nucleo urbano, si prescrive di limitare le previsioni di strutture MG ad una sola struttura (mq 1.500 di S.V.), che in relazione alla riscontrata criticità da traffico è da condizionare alla preventiva realizzazione della variante alla SS Porrettana.

Area 23NA - Cadriano

Si prescrive di limitare l'ammissibilità di strutture MG alle sole zone D dotate di accessibilità adeguata, ossia con accesso diretto dalle strade principali di lottizzazione (classificabili come strade di scorrimento o di quartiere) e di evitare la formazione di ACI anche di livello inferiore e di centri commerciali (mq 4.000 di SV).

Area 28NA - Quarto Inferiore

Si prescrive di limitare l'ammissibilità di strutture MG solo alle zone D dotate di accessibilità adeguata, ossia con accesso diretto dalle strade principali di lottizzazione (classificabili come strade di scorrimento o di quartiere); si prescrive, inoltre, di non prevedere ACI, anche di livello inferiore e centri commerciali (mq 4.000 di SV) fino all'entrata in esercizio della strada detta Intermedia di Pianura, secondo il tracciato in corso di definizione.

Area 29NA – Granarolo

Si prescrive di limitare l'ammissibilità di strutture MG solo alle zone D ed evitare la formazione di ACI di livello superiore (mq 9.000 di S.V.) e centri commerciali fino ad avvenuta realizzazione della Lungosavena.

Ai fini della sostenibilità dei nuovi insediamenti, dal punto di vista della mobilità, si stabilisce che la realizzazione di medio-grandi o grandi strutture negli ambiti relativi ai centri di Granarolo e Quarto Inferiore, così come in quelli confinanti dei Comuni di Castenaso e Bologna, sia graduata in relazione all'entrata in esercizio dell'Asse stradale Lungosavena, secondo i tempi e le modalità previste nell'allegato Accordo di Programma sottoscritto tra i Comuni di Bologna, Castenaso e Granarolo dell'Emilia e la Provincia di Bologna, accordo opportunamente allegato in copia. In particolare le aree di Quarto e Granarolo sono subordinate alla realizzazione del 4° lotto della Lungosavena.

mq 5.000	mq 9.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 14.000	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N. 8 – SAVENA COMUNE DI MONZUNO

Le proposte commerciali, in origine medio-grandi, sono state dal Comune declassate al rango di medio-piccole di rilievo comunale.

SUBAMBITO N. 8 – SAVENA COMUNE DI CASTIGLIONE DEI PEPOLI

Le proposte commerciali, in origine medio-grandi, sono state dal Comune declassate al rango di medio-piccole di rilievo comunale.

SUBAMBITO N. 8 – SAVENA COMUNE DI MONGHIDORO

Aree 49NA e 50NA Capoluogo

Si accoglie la proposta a condizione che nella attuazione sia verificato il rispetto dei requisiti indicati dalla Regione in materia di accessibilità.

mq -	mq 5.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 5.000	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N. 9 – MEDIO RENO COMUNE DI MARZABOTTO

Area 55 NA - pressi di Vado

Essendo la previsione in relazione ad una attività esistente e correlata ad un suo eventuale ampliamento si concorda con la proposta (mq 1.000 di SV).

Area 58NA - Sibano

Per Sibano, vista l'ampiezza del lotto e il rango della frazione, si chiede di ridurre le possibilità di insediamento alle strutture MP.

Area 57 NA - Lama di Setta

Tenendo conto dei criteri deliberati dalla Regione che prevedono che l'insediamento di nuove grandi strutture di vendita avvenga o in Aree Commerciali Integrate, ossia aree a destinazione specialistica da collocare in prossimità dei nodi infrastrutturali, o in aree già insediate in caso di dismissione delle precedenti funzioni, nel caso di Marzabotto, non essendo previste e non sembrando proponibili ACI, la possibilità di insediamento di grandi strutture va limitata alla già richiamata area presso Vado (55 NA) e all'area di Lama di Setta (57NA), che potrà essere utilizzata per usi commerciali ed artigianali dopo la realizzazione delle opere autostradali connesse alla Variante di Valico della A1 (mq 4.000 di SV). Il condizionamento deriva da ovvi motivi di accessibilità, essendo l'area prossima al nuovo casello autostradale e dal fatto che questa area fino ad allora dovrà ospitare un campo base.

Area 56 NA - Sassatello

Visti i problemi di accessibilità e per non snaturare il carattere produttivo degli insediamenti previsti ed esistenti, si prescrive il ridimensionamento delle possibilità insediative di attività commerciali alle strutture MG (mq 5.000 di SV). In particolare, per preservare la funzionalità della SS Porrettana, si condiziona la trasformazione commerciale della lottizzazione Sassatello I (56 NA – parte a monte della ferrovia) a che non vengano aperti nuovi accessi privati sulla SS Porrettana.

Area 59 NA - Pian di Venola

In questo caso, trattandosi di area introdotta dalla Variante Generale adottata e dunque in regime di salvaguardia, ulteriori valutazioni potranno essere integrate in sede di formulazione delle riserve urbanistiche nel procedimento di approvazione di tale Variante; si esprime per ora a riguardo un parere sospensivo.

mq -	Mq 10.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 10.000	
settore alimentare	settore non alimentare

SUBAMBITO N. 10 – ALTO RENO COMUNE DI GAGGIO MONTANO

Area 40A - Silla

In relazione alla previsione di una MG struttura commerciale, si rileva che l'area risulta dotata dei necessari requisiti, in relazione all'ampliamento previsto (stima di ulteriori mq 1.000).

Aree: 65NA Gaggio-Silla, 62NA Abetaia, 63NA Marano, 61NA Rocca Pitigliana- S. Maria Villiana, 60NA Pietracolora, 64NA Canevaccia

Si accolgono le proposte, limitatamente alle zone ubicate in fregio alle strade statali e dotate di accessibilità locale sufficiente rispetto ai requisiti deliberati dalla Regione (65NA e 62NA).

L'area 63NA, collocata lungo la SS 64, si configura come un ambito isolato in contesto prettamente agricolo e quindi non congruente coi criteri regionali. Inoltre pare contraddittorio insediare attività rilevanti su un asse viario che presenta significative problematiche di stabilità locali e del quale si chiede l'abbandono. Non si ritiene pertanto che questa area possa assolvere una funzione commerciale significativa e si chiede di limitare la possibilità di insediamento a strutture di vicinato.

mq 1.000	mq 4.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 5.000	
settore alimentare	settore non alimentare

**AMBITO B – IMOLESE
COMUNE DI IMOLA**

Area 36A e 44NA - Centro Leonardo
POLO FUNZIONALE

L'attuazione è da contestualizzare con l'attuazione delle opere di miglioramento della intersezione delle strade statali Emilia e Selice Montanara; dovrà, inoltre, essere verificata puntualmente la ricaduta che l'accresciuto grado di attrazione del polo funzionale determina sul già rilevante stato di congestione della SS Montanara (in assenza dei lavori di variante).

mq 2700*	mq 2700*
STIMA DELLA Sv DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 5.400	
settore alimentare	settore non alimentare

la superficie di vendita è stata convenzionalmente ripartita in parti uguali fra i settori alimentari e non alimentari ai fini di calcolo statistico

**AMBITO B – IMOLESE
COMUNE DI DOZZA IMOLESE**

Area 43NA – Mercatone

Essendo una proposta in relazione ad una attività esistente e correlata ad un suo minimo eventuale ampliamento, si ritiene accoglibile.

mq -	mq 600
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 600	
settore alimentare	settore non alimentare

**AMBITO B – IMOLESE
COMUNI DI CASTELGUELFO e CASTEL SAN PIETRO**

Area 42NA - Poggio piccolo e Ca' Bianca / Polo industriale San Carlo

Questo insieme di aree, collocate presso il casello autostradale sulla A14 ed isolate rispetto ai principali centri abitati, è stato pianificato dal PTI Imolese per assolvere funzioni prevalentemente produttive e di servizio alla produzione. Per mantenere coerenza con questo quadro di pianificazione, le attività commerciali potranno essere insediabili entro limiti tali da non modificare il carattere prevalentemente produttivo dell'insediamento.

Pertanto, tenendo conto delle diverse tipologie di zonizzazione che, per questo polo produttivo sovracomunale, prevedono i rispettivi PRG di Castel San Pietro e Castel Guelfo, si prescrive:

- nella parte di zona produttiva di Castel S. Pietro potranno essere insediate strutture commerciali di settore merceologico non alimentare di rango Medio Piccolo (MP) e di rilevanza comunale, entro un tetto massimo di superficie utile commerciale pari al 5% delle potenzialità insediative complessive e senza dare luogo a formazione di aree commerciali integrate che eccedano il livello inferiore (ST = 2 Ha e S.V. = mq 5.000);
- nell'area a destinazione specifica commerciale/alberghiera (ACI) di Castel Guelfo, per mantenere caratteri di compatibilità con il prevalente contesto produttivo e con il rango di Centro di base di Castel Guelfo, potranno essere insediate medio-grandi strutture (MG) di vendita di settore merceologico non alimentare, con la condizione di escludere di configurare un Centro Commerciale o un'Area commerciale Integrata di livello superiore.

Stima della S.V. di rilievo sovracomunale di Castelquelfo: mq 9.000.

mq -	mq 9.000
STIMA DELLA SV DI RILIEVO SOVRACOMUNALE: mq 9.000	
settore alimentare	settore non alimentare

Bologna, li 29/05/2000

IL SEGRETARIO DELLA CONFERENZA

IL PRESIDENTE DELLA CONFERENZA