

COMUNE DI VILLARICCA

(Provincia di Napoli)

**Strumento di intervento per l'apparato distributivo
concernente gli esercizi di vicinato,
le medie e grandi strutture di vendita,
i mercati per il commercio su aree pubbliche**

Tecnico incaricato  Dott. Matteo Cioffi

8258
30/11/02

Indice:

RELAZIONE

1. Presupposti normativi del provvedimento
2. Gli ambiti e i contesti
3. Programma di Intervento Integrato di Programmazione
4. Valorizzazione della piccola distribuzione

DISCIPLINA ATTUATIVA DI URBANISTICA COMMERCIALE

1. Il piano regolatore generale
2. Il piano della rete distributiva

REGOLAMENTO

**PER IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA
NORME PER IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA**

**ART. 1
AREA FUNZIONALE**

**ART. 2
NEGOZI DI VICINATO, MEDIE E GRANDI STRUTTURE DI VENDITA E CENTRI
COMMERCIALI**

**ART. 3
INSEDIAMENTO DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**

**ART. 4
CARATTERISTICHE QUALITATIVE DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA**

**ART. 5
CARATTERISTICHE QUALITATIVE DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

**ART. 6
REQUISITI PER I PARCHEGGI**

**ART. 7
LA COMUNICAZIONE DI VICINATO: CRITERI**

**ART. 8
CRITERI PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE PER LE MEDIE E GRANDI
STRUTTURE DI VENDITA**

**ART. 9
PROCEDIMENTO PER LA COMUNICAZIONE DI VICINATO**

**ART. 10
DOMANDA DI AUTORIZZAZIONE PER MEDIE STRUTTURE DI VENDITA**

ART. 11

DOMANDA DI AUTORIZZAZIONE PER GRANDI STRUTTURE DI VENDITA
ART. 12
AMPLIAMENTO

ART. 12

AMPLIAMENTO

ART. 13

AGGIUNTA DI SETTORE MERCEOLOGICO

ART. 14

PROCEDURE PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE PER IL CENTRO
COMMERCIALE

ART. 15

COLLABORAZIONE CON L'OSSERVATORIO REGIONALE

ART. 16

ORARI DEI NEGOZI

ART. 17

VENDITE DI LIQUIDAZIONE E DI FINE STAGIONE

RELAZIONE

1. Presupposti normativi del provvedimento

Il provvedimento consiste nel recepimento a livello comunale delle seguenti disposizioni statali e regionali in materia di attività commerciali:

- Decreto Legislativo 31.03.1998 n.114, avente ad oggetto "Riforma della disciplina relativa al settore del commercio a norma dell'art.4 comma IV della L. 15.03.1997 n.59" limitatamente alla programmazione della rete distributiva (art.6);
- Legge Regionale 07.01.2000 n°1, recante "Direttive Regionali in materia di distribuzione commerciale. Norme di attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, N.114" e successive modifiche ed integrazioni;

Il provvedimento si fonda inoltre sulla considerazione delle seguenti discipline di carattere normativo del Comune di Villaricca, che hanno valenza fondativa del piano di settore del commercio:

- Piano Regolatore Generale ritualmente e definitivamente approvato con D.P.A.P. n.14 del 1987

Appare determinante che fra le finalità della recente innovazione legislativa nazionale siano comprese la tutela della "...possibilità di approvvigionamento.." e del "...servizio di prossimità.." e "...la valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale nelle aree urbane..." (art.1 D.Leg.n.114/1998).

Seguendo il principio generale della qualificazione degli spazi urbani di relazione, infatti, non appare neppure concepibile la permanenza nel futuro di aree urbane attive ove esse pervenissero ad uno stato di progressivo degrado e annullamento della rete capillare dei servizi commerciali.

In altri termini tali aree non potrebbero essere considerate solo come aree urbane degradate ma dovrebbero essere invece considerate come aree non più urbane in quanto non dotate dei requisiti essenziali e non sostituibili che connotano e conformano la città.

L'art.4 del Decreto Legislativo citato introduce alcune definizioni essenziali, ma solo sulla base di criteri meramente riferiti alle superfici degli esercizi e non al ruolo urbano da essi svolto ed alla loro sufficiente densità nel tessuto della città.

I provvedimenti di competenza comunale possono integrare opportunamente tale carenza mediante l'introduzione di criteri di compatibilità urbanistica e di congruenza rispetto al sistema della mobilità.

Si intendono infatti per "esercizi di vicinato" non quelli che, per i caratteri dei prodotti, esercitano effettivamente il ruolo di presidio commerciale irrinunciabile a servizio della residenza diffusa ma tutti "...quelli avente superficie di vendita non superiore a 250 mq nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti".

La programmazione della rete distributiva di cui tratta l'art.6 del Decreto Legislativo ha, fra l'altro, gli scopi di:

"rendere compatibile l'impatto territoriale e ambientale degli insediamenti commerciali con particolare riguardo a fattori quali la mobilità, il traffico e l'inquinamento";

"valorizzare la funzione commerciale al fini della riqualificazione del tessuto urbano ...al fine di ricostituire un ambiente idoneo allo sviluppo del commercio;

"...riqualificare i centri storici attraverso il mantenimento delle caratteristiche morfologiche degli insediamenti..".

Di conseguenza alla legislazione regionale è stato affidato il compito, che risulta innovativo rispetto al passato, di fissare:

"i criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, affinché gli strumenti urbanistici individuino...le aree nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture...;

"le limitazioni relative alle necessità di tutela dei beni artistici, culturali e ambientali, dei centri storici e delle località di interesse artistico e naturale "al fine di qualificare la presenza delle attività commerciali e artigianali in grado di svolgere un servizio di vicinato... ed evitare il processo di espulsione delle attività commerciali ed artigianali";

"più incisivi poteri comunali relativi alla localizzazione dei servizi commerciali nei centri storici";

i "criteri in base ai quali i Comuni, per un periodo non superiore a due anni, possono sospendere o inibire gli effetti della comunicazione di apertura degli esercizi di vicinato";

la disciplina inerente "...la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi", in relazione alle diverse strutture di vendita;

la correlazione, fino alla contestualità, delle autorizzazioni di natura edilizia e di quelle di natura commerciale.

Nelle norme attuative si sono previsti tutti i meccanismi per incentivare una progettazione di qualità e promuovere tutti gli interventi attuativi al fine dell'abbattimento delle barriere architettoniche nel rispetto della vigente normativa, dell'adeguamento alla normativa sanitaria e di sicurezza, della valorizzazione delle mostre e delle vetrine, dell'adeguamento delle insegne, e della generale riqualificazione della rete commerciale.

Tutto ciò ha innovato in maniera profonda il sistema della programmazione della rete commerciale, collegando tale pianificazione ad una più ampia visione dell'urbanistica, del ruolo del territorio urbanizzato e delle vocazioni del paese. La pianificazione tende a diventare una pianificazione delle funzioni, nel senso che, non trovandosi dinanzi ad aree inedificate, per le quali stabilire una vocazione, ma dinanzi ad un tessuto edilizio complesso, ad un contenitore di molteplici e stratificate funzioni, chi deve programmare lo sviluppo del territorio non può che:

1. prendere le mosse dalla realtà dell'esistente, delle strutture e delle funzioni che sul tessuto urbano si articolano,

2. disciplinare le trasformazioni urbanistiche ed edilizie possibili, soprattutto nel senso del riuso del patrimonio edilizio esistente
3. disciplinare le "funzioni" che sul territorio si potrebbero adeguatamente sviluppare nel duplice intento di non comprometterne ulteriormente la consistenza, la struttura e la natura e di prevederne il miglior possibile uso nei termini dello sviluppo economico sociale.

2. Gli ambiti e i contesti

La città, come abituale sede di relazioni e di scambi, richiede che il sistema distributivo sia compatibile con la maglia dei tessuti già formati o in formazione.

A tale scopo la razionalizzazione del sistema distributivo avrà aspetti organizzativo-funzionali che risultano comuni alla gran parte degli esercizi, quali le questioni:

- degli orari,
- della circolazione interna al sistema,
- della accessibilità al sistema,
- dei rifornimenti e immagazzinamenti,
- delle modalità, tendenti alla unificazione, di accredito e di pagamento,
- del comfort e degli arredi,
- della fornitura a domicilio e quanto altro.

L'integrazione fra i diversi elementi (ambiti) che compongono il sistema distributivo avrà aspetti che concernono le, peraltro normali, relazioni fra i tessuti commerciali (specie se di servizio alla residenza) e le altre funzioni ordinarie.

Essa avrà però anche aspetti più decisamente programmatici che concernono l'innesto degli elementi che sono stati innovativi al momento della formazione degli esercizi della cosiddetta grande distribuzione, anche se non sempre effettivi e talvolta solo indotti: convenienza, varietà merceologiche, orari ampi, tempo di servizio, relativa autonomia

contingente del cliente dal venditore, varietà di scelta, tempestività del rifornimento, corrispondenza fra quantità e prezzo, documentazione di pagamento, pagamento informatizzato.

Tali elementi sono stati fatti coincidere finora, nell'immaginario collettivo, con la banale e segregante (e ormai antiquata) configurazione edilizia del grande capannone commerciale, molto simile a quelli industriali per la scarsità degli appoggi a terra che consente la massima flessibilità e modificabilità delle linee di vendita.

Appare opportuno chiarire che questa non è affatto la soluzione ottimale per la rivitalizzazione della città tramite i servizi urbani diffusi e che è anzi la soluzione da non incoraggiare in quanto in contrasto con gli obiettivi posti dalla nuova legislazione nazionale e regionale.

Tali elementi sono stati fatti altresì coincidere finora con la disgregante configurazione urbanistica più usuale, soprattutto recentemente, costituita da una collocazione sostanzialmente estranea al tessuto della città e tendenzialmente quanto più lontana possibile dalla "congestione" della città.

Lo sviluppo ulteriore di tale tendenza non può più essere favorito se non si intende favorire la progressiva scomparsa della città consolidata e la sua sostituzione con un suo "doppio" non motivato da ragioni di interesse generale.

L'alternativa è costituita da configurazioni impregnate di contestualità relazionale, proprie di una città profondamente rinnovata nell'uso, pur se confermata (o meglio riabilitata) nella geometria dalle nuove reti di mobilità generale in sede propria e da opportuni sistemi di mobilità pedonale meccanizzata locale.

Possiamo denominare tali configurazioni come formazioni urbane o ambiti e contesti, ampiamente diffusi nella intera città, che sono assunti a fondamento generale del Piano di settore del Commercio e del presente provvedimento di adeguamento

Essi sono stati desunti tramite lo studio analitico della distribuzione attuale nella città delle unità locali commerciali e della distribuzione attuale di ciascuno dei diversi settori economici di unità locali.

Taluni complessi di ambiti e contesti assumono rilievo quantitativo idoneo alla applicazione di particolari orientamenti di pianificazione di urbanistica commerciale quali i Programmi di Intervento Integrato di Programmazione (P.I.I.P.), così come previsto dalla L.R. N°1 del 07/01/2000 all'art.13 punto a)

Tramite essi si intende promuovere lo sviluppo di forme di aggregazione e di rafforzamento strutturale delle imprese commerciali già insediate e disponibili, fino ad assumere, ai fini gestionali e non proprietari, il ruolo di "distretti commerciali" capaci di connettere la rete degli esercizi e farle raggiungere caratteri innovativi ed economie di scala, tramite opportuna introduzione di attrezzaggi e servizi, appunto, distrettuali che solo le aziende della distribuzione organizzata industrialmente possono o sono preparate ad offrire.

Alle finalità di promuovere lo sviluppo ed il rafforzamento strutturale della piccola e media impresa commerciale, risponde anche la previsione di consentire Medie strutture di vendita derivanti dall'ampliamento degli esercizi di vicinato esistenti fino al limite massimo di 500 mq., soglia che, nella realtà urbana caratterizza la struttura rionale, e che può rappresentare lo sviluppo della piccola e media impresa purchè ciò avvenga in edifici preesistenti anche al fine di favorire un processo di qualificazione del tessuto urbano evitando, anche per questa via, i fenomeni di "desertificazione" che si vogliono prevenire.

Le condizioni specifiche della distribuzione commerciale nel Comune di Villaricca sono tali che il Piano di Settore possa coniugare l'evoluzione del sistema distributivo con la necessaria aderenza delle dislocazioni logistiche alla maglia dei tessuti urbani già formati o in formazione; ciò appare attuabile tramite configurazioni opportune degli "ambiti" degli Interventi Integrati di Programmazione, che consentano:

di evitare la linea , indubbiamente poco naturale e "forzata", di una "grande dimensione" ottenuta "deportando" i servizi di vicinato intorno o in aderenza ai corpi di fabbrica di ampia dimensione che ospitano i tradizionali supermercati/ipermercati ovvero con altre modalità di innaturale concentrazione all'esterno del tessuto urbano che comprende le utenze; di adottare, invece, quella, alternativa, di una " media o grande dimensione" ottenuta mediante processi di aggregazione organizzativa e funzionale (circolazione interna, sistema dei parcheggi, accessibilità al sistema, rifornimenti e immagazzinamenti, modalità unificate di pagamento, comfort, arredo etc) fra i tessuti commerciali di servizio alla residenza ed le altre funzioni ordinarie e gli importanti elementi innovativi dei meccanismi funzionali ed economici che sono stati e sono tipici della cosiddetta grande distribuzione tradizionale.

3. Programma di Intervento Integrato di Programmazione

Il piano prevede la predisposizione dei seguenti Programmi che sono stati determinati sulla base delle zone commerciali del vecchio piano commercio:

Zona 1
Via Bologna
Via Firenze
Via Genova
Via Milano
Via Roma
Via Torino
Via Venezia

Zona 2

Via Primavera

Via Palermo

Via della Libertà da incrocio Via Campana a Via Primavera

Zona 3

Via della libertà da incrocio PV di Marino a Via Campana

Via Napoli

Corso Italia da inc verso cimitero

Via PV di Marino

Zona 4 Centro storico

Via A. Cante

Via Chianese

Via L. Da Vinci lato destro Via G. Galilei

Via S. Di Giacomo

Via A. De Gasperi

Via G. Di Vittorio

Via dei Sei Martiri

Via L. Sturzo

Via G. Galilei da Clinica Maione verso Giugliano

Via Orologio
Via Micillo
Via Olmo
Via P. Nenni
Via G. Pastore
Via C. Pellegrino lato dx verso G.Galilei
Via M. Serao
Via T. Somma
Via Tirelli
Via F. Turati lato sx verso via G.Galilei
C.so Vittorio Emanuele
I traversa V. Emanuele
Via Gaudiosi
P.zza V. Emanuele
Via Ritiro
Via G.Verdi

Zona 5
Via Alfieri
Via D. Alighieri
V.le della Repubblica
Via G.Marconi lato sx verso Via G.Galilei
Via G. La Pira

Via G.Galilei da bar Lena a clinica Maione
Via F. Turati lato destro verso via G.Galilei
C.so Italia da inc C.so Europa verso il centro
P.zza S.Pietro
Viale della Vittoria
Via della Libertà da scuola A. Negri a incrocio via PV Di Marino

Zona 6
Via G.Gigante

Zona 7
C.so Europa

4. VALORIZZAZIONE DELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

Il Piano del Commercio è orientato, ferme restando le scelte a suo tempo già effettuate dal Consiglio Comunale in ordine agli insediamenti commerciali, alla piena valorizzazione della piccola distribuzione in un quadro di collaborazione ed integrazione con le altre forme di distribuzione commerciale.

In attuazione dei principi contenuti nella legge regionale tesi alla promozione di processi di integrazione degli esercizi di vicinato, riconoscendo alla rete costituita da tali esercizi un ruolo fondamentale rispetto alla qualità dei servizi per la popolazione residente, ai consumatori e la domanda turistica nonché alla riqualificazione e recupero del patrimonio edilizio esistente, l'Amministrazione Comunale potrebbe prevedere la elaborazione di 6

Programmi di Intervento Integrato di Programmazione per ogni ambito commerciale di una qualche importanza.

I Programmi di Intervento Integrato di Programmazione hanno come obiettivo prioritario quello di promuovere forme di aggregazione tra gli esercizi di vicinato esistenti e tra questi e la Media e Grande distribuzione al fine di formare centri commerciali naturali o distretti commerciali capaci da un lato di connettere gli esercizi suddetti in organizzazioni gestionali che consentano economie di scala e dall'altro di "mantenere" i consumatori entro ambiti spaziali di quartiere al fine di evitare i noti problemi di pendolarismo che, oltre a produrre bisogni di mobilità non necessaria, costituiscono un rischio per le attività commerciali del tessuto urbano esistente.

L'Amministrazione provvederà, non appena esecutivo il piano, a dar corso alle procedure per pervenire alla costituzione, attraverso il tavolo di concertazione, di gruppi di studio interdisciplinari che provvedano ad una lettura integrata degli elementi urbanistico-edilizi, di arredo urbano, commerciali e di mobilità degli ambiti contenuti nei P.I.I.P..

I progetti e le idee che ne scaturiranno, entro i termini indicati dall'Amministrazione, costituiranno la base per la elaborazione, da parte degli uffici comunali, dei singoli P.I.I.P. che conterranno scadenze precise ed idonei finanziamenti.

L'Amministrazione potrebbe prevedere stanziamenti in bilancio per incentivare i processi di cui sopra; altri finanziamenti (seppure limitati a zone della città) sono possibili attraverso, ad esempio, il programma Urban.

Gli ulteriori finanziamenti che si renderanno necessari potranno essere in parte reperiti nel bilancio ordinario dell'Amministrazione (strade, arredo urbano, ecc.) ed in parte conseguiti attraverso il necessario coinvolgimento di altre istituzioni.

Gli interventi dovrebbero quindi consentire la riorganizzazione urbanistica/edilizia e ambientale di "pezzi" della città al fine di renderli più vivibili dai cittadini e quindi, attraverso la riacquisizione di queste nuove "centralità urbane di quartiere" evitare fenomeni di

pendolarismo e, per questa via, consentire il mantenimento del tessuto commerciale tradizionale. Risulterà altrettanto importante l'opera che dovrà essere svolta dalle Associazioni di categoria per promuovere forme di associazione tra le imprese esistenti e forme di collaborazione fra queste e la media/grande distribuzione.

A tal fine l'Amministrazione comunale provvederà ad attivare, nell'ambito della procedura, un tavolo di concertazione per ottenere impegni precisi dai promotori e partecipanti agli interventi nel senso di:

- guidare la riorganizzazione e l'ammodernamento della rete distributiva
- migliorare i servizi alla cittadinanza preservando la rete commerciale tradizionale di commercio e artigianato valorizzandone la specificità e la presenza sul territorio
- garantire la preferenza per la individuazione alle aziende ed agli imprenditori localizzati nei quartieri oggetto dell'intervento
- favorire forme consortili di gestione
- favorire l'acquisto degli spazi dei centri commerciali da parte dei soggetti inseriti.

DISCIPLINA ATTUATIVA DI URBANISTICA COMMERCIALE

1. Il piano regolatore generale

Lo studio del piano regolatore generale si è focalizzato soprattutto sulla compatibilità delle attività commerciali rispetto alle destinazioni d'uso degli immobili.

Il territorio comunale viene quindi classificato in 8 zone con le relative sottozone:

zona A - Zona di interesse storico

zona B - Zona edificata suddivisa in:

-sottozona B1 – Zona intensamente edificata

-sottozona B2 – Zona edificata

-sottozona B3 – Zona parzialmente edificata

zona C- zona ineditata del territorio suddivisa in:

- sottozona C1 – zona edilizia economica e popolare del P. di F.

- sottozona C2 – zona di nuova edilizia economica e popolare

- sottozona C3 – zona di espansione semi – intensiva

-sottozona C4 – zona di espansione intensiva

zona D – zona di insediamento industriale

zona E – zona agricola suddivisa in :

- sottozona E1 – zona agricola speciale(senza pertinenze)

-sottozona E2 – zona agricola comune(con pertinenze)

zona F – zona di attrezzature ed impianti di interesse generale

zona G – zona di int. Agrituristica

zona H – zona di sviluppo artigianale

Per ogni zona sono stabilite dal piano una o più specifica destinazione d'uso e non possono essere consentite altre destinazioni.

La zona A, insediamenti di interesse storico, è nella sostanza coincidente con le preesistenze architettoniche di interesse storico, la cui valorizzazione culturale rientra nel piano di sviluppo generale di Villaricca.

Relativamente al PRG sono stati verificati gli stati attuativi delle diverse zone D e zone H ed è stato accertato che, le stesse, sono compatibili con intenzioni insediative o trasformative di tipo commerciale, in particolare viene individuata l'area al punto 3 dell'elaborato 8 del P.R.U. (Programma di Recupero Urbano ex art.11 L.493/93 rielaborazione del programma adottato dal Consiglio Comunale in data 29/06/1998 n.32

giusta delibera del Consiglio della Regione Campania 66/17 del 03/12/1997 pubblicata sul BURC n. 5 del 02/02/1998) come area destinata a mercato settimanale.

2. Il piano della rete distributiva

Sui temi fin qui accennati il Piano della rete distributiva, ovviamente, non interviene.

Gli ultimi anni, infatti, sono stati quelli di una seconda generazione delle legislazioni regionali in materia urbanistica e territoriale, che ha tentato di scostarsi più di quanto fosse avvenuto venti anni prima dalla vecchia legge urbanistica nazionale, proponendo alcune indispensabili innovazioni, ormai mature nel mondo disciplinare e amministrativo, che a livello di legislazione nazionale di settore non si sono sapute ancora affrontare.

Si è compreso che una delle esigenze di fondo dell'urbanistica italiana è, infatti, quella di rompere l'isolamento cronico dei piani regolatori comunali, totalmente privi di ogni inquadramento territoriale e l'altra è quella di ottenere strumenti più agili e consoni alla necessità di programmare le città e le funzioni che in una città, sostanzialmente già tutta edificata e vissuta, si devono potenziare e/o comprimere.

Si è aperta una direzione di lavoro che darà buoni frutti in futuro.

Il modello a cui tendere è il risultato dell'incrocio della componente ambientale, vale a dire i vincoli atemporali e non indennizzabili derivanti dalla legislazione paesistica e dalle norme della legislazione di tutela ambientale e di formazione dei parchi (le "invarianti" del piano), con la componente programmatica, relativa alle scelte strategiche, realmente possibili e concretamente operabili cioè, per il sistema infrastrutturale e per le attrezzature di rilevanza territoriale e per il sistema insediativo.

Questo modello si realizza prevedendo, sostanzialmente, l'assenza di vincoli prescrittivi negli elaborati di piano, ad eccezione dei vincoli ambientali.

Le rappresentazioni progettuali cartografiche non assumono un carattere prescrittivo neppure per quanto riguarda le previsioni infrastrutturali e per quelle relative a servizi, attrezzature e insediamenti. Il rifiuto del modello autoritario di pianificazione evita di riprodurre il modello vincolistico-attuativo tipico, definendo invece una formula di piano che garantisca la concreta attuabilità delle scelte attraverso un processo di pianificazione delle opportunità e demandando a tutti gli attori del procedimento (pubblici e privati- proprietari dei suoli ed utilizzatori etc.) la definizione concreta degli interventi da realizzare.

In sintesi:

- gli unici vincoli prescrittivi cartografati dovrebbero essere quelli ambientali definiti dalla legislazione nazionale e regionale; vincoli quindi atemporali e non indennizzabili come sancito dalla giurisprudenza costituzionale, che comprendono anche quelli della pianificazione paesistica;
 - le indicazioni programmatiche, in particolare quelle relative alle infrastrutture (della mobilità, tecnologiche, energetiche e per lo smaltimento dei rifiuti), dovrebbero assumere una dimensione prescrittiva e vincolante solo se i progetti sono approvati o in corso di redazione e, comunque, gli enti pubblici, hanno previsioni reali di intervento.
 - in luogo delle "Norme di attuazione", si dovrebbe approvare più propriamente un documento assai sintetico, che contenga i "Criteri, indirizzi e direttive generali".
- Orbene il modello indicato dalla riforma Bersani, nella sostanza si muove in questa direzione e, per tale motivo, non si è intervenuti sul tema urbanistico e si è operato nel senso di limitarsi ad indicare le funzioni compatibili nel territorio.

REGOLAMENTO

PER IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

NORME PER IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

ART. 1

AREA FUNZIONALE

IL Comune di Villaricca, nell'ambito delle 14 Aree funzionali sovracomunali omogenee configurabili come unico bacino d'utenza, appartiene all'Area 1 - Area Metropolitana di Napoli e alla Classe 3 Comuni con popolazione compresa tra 10.001 e 30.000 abitanti

ART. 2

NEGOZI DI VICINATO, MEDIE E GRANDI STRUTTURE DI VENDITA E CENTRI COMMERCIALI

La "superficie di vendita di un esercizio commerciale" è definita dall'art. 4 comma 1 lett.c) del decreto legislativo n. 114 del 1998 quale "l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili"

La superficie è quella risultante dalla esclusione, come previsto dalla definizione, delle parti della medesima destinate ad altri fini (magazzini depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi), mentre, all'interno di un locale commerciale, tutta la superficie esistente, è da considerarsi superficie di vendita in senso proprio.

Di tale superficie, intesa come un unicum dal punto di vista edilizio va autocertificata, ed eventualmente dimostrata, la legittimità urbanistico edilizia.

Non è configurabile una zona espositiva, che non sia superficie di vendita, intendendo per tale quella nella quale non si effettuano "le effettive operazioni di contrattazione, ordinazione e fatturazione" o quella dove "i prodotti in mostra sono quelli realmente ceduti all'acquirente", in quanto ciò risulterebbe elusivo rispetto all'impianto autorizzatorio del citato decreto n. 114 strettamente correlato all'ampiezza degli esercizi di vendita, nonché invalidante ai fini della necessità del raggiungimento del corretto equilibrio tra le diverse forme distributive sancito tra gli obiettivi della nuova disciplina del commercio.

Lo spazio espositivo all'interno del locale non può, quindi, essere escluso dalla superficie di vendita, salvo il caso, stabilito dalla legge regionale 1/2000 di negozi identificabili a seconda delle tipologie dei prodotti venduti, come merci ingombranti delle quali il venditore non è in grado di effettuare la consegna immediata, definibile di vicinato speciale.

Si hanno pertanto le sottoelencate tipologie.

1. V: Sono negozi di vicinato quelli con superficie non superiore a 250 mq.
2. VS: Sono negozi di vicinato speciale quelli limitati alla dimensione massima degli esercizi di vicinato indipendentemente dalla superficie effettiva prevista dalla legge regionale 1/2000 art. 2 comma 4. Per tale fattispecie la superficie dei magazzini, depositi o superficie espositiva connessa non potrà superare 500 mq nella zona 4, 1000 mq nelle altre zone della città e 2.000 mq nei siti di opportunità della grande distribuzione.
3. Centri commerciali: i centri commerciali costituiti da più esercizi in una struttura a destinazione specifica, che usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente, sono classificati come un'unica media o grande struttura. Dette strutture debbono essere poste all'interno di una struttura funzionale unitaria avente servizi comuni.

articolata lungo un percorso pedonale di accesso che consenta la diretta comunicazione tra i singoli esercizi.

Più esercizi che insistono in una struttura priva di destinazione specifica, o destinata al mercato all'ingrosso, o destinata a commercio su aree o immobili pubblici e configurabile come struttura di tipo mercatale, o su strade e vie della città, ancorchè caratterizzati da un "comune progetto di rilancio" e da servizi comuni, conservano la loro individualità e non formano un unicum.

Non sono da considerarsi centri commerciali l'insieme di singoli negozi allocati in edifici a prevalente destinazione abitativa o ad uffici, anche se collegati funzionalmente da percorsi pedonali comuni.

Le iniziative di imprese preesistenti, se destinate al recupero e alla modernizzazione di tali imprese in strutture innovative della tipologia del centro commerciale, possono comprendere anche attività artigianali e di servizi.

Il trasferimento di sede di una struttura commerciale fuori dal centro commerciale non è mai consentito.

Nei centri commerciali la superficie occupata dagli esercizi di vicinato non deve essere inferiore al 40% della superficie complessiva netta di vendita.

4. Le strutture commerciali di media e grande dimensione sono classificate come segue:

(a) M1 A/M - Medie strutture inferiori, per prodotti alimentari o misti aventi superficie netta di vendita compresa tra 250 e 1.500 mq.;

(b) M1 E - Medie strutture inferiori, per prodotti extraalimentari aventi superficie netta di vendita compresa tra 250 e 1.500 mq.;

(c) M2 A/M - Medie strutture superiori, anche in forma di centro commerciale, per prodotti alimentari o misti aventi superficie netta di vendita compresa tra 1.500 e 2.500 mq.

- (d) M2 E – Medie strutture superiori, anche in forma di centro commerciale, per prodotti extraalimentari aventi superficie netta di vendita compresa tra 1.500 e 2500 mq.
- (e) G1 A/M– Ipermercati: strutture di vendita fino a 5.000 mq. per la vendita di prodotti alimentari e non alimentari;
- (f) G1 E – Strutture di vendita fino a 15.000 mq. per la vendita di soli prodotti non alimentari;
- (g) G2 CQ – Centri commerciali di quartiere o interquartiere: strutture commerciali di almeno 6 esercizi commerciali in diretta comunicazione tra loro, o posti all'interno di una struttura funzionale unitaria articolata lungo un percorso pedonale di accesso comune, fino a 4.000 mq. di vendita;
- (h) G2 CI – Centri commerciali inferiori: strutture commerciali di almeno 8 esercizi commerciali con le caratteristiche di cui alla lettera precedente, con superficie di vendita fino a 15.000 mq.;
- (i) G2 CS - Centri commerciali superiori: strutture commerciali di almeno 12 esercizi commerciali, con le caratteristiche di cui alla precedente lettera, con superficie maggiore di 15.000 mq., fino ad un massimo di 25.000 mq.
- (j) G ACP – Centri commerciali costituiti da aggregazioni commerciali polifunzionali. Dette aggregazioni devono essere costituite da almeno 6 esercizi appartenenti alle grandi e medie strutture ed esercizi di vicinato, con singole superfici di vendita fino a mq. 5.000, nonché da attività produttive artigianali e di servizi.

E' vietato effettuare la vendita all'ingrosso ed al dettaglio negli stessi locali, salvo che per i seguenti prodotti:

- macchine, attrezzature e articoli tecnici per l'agricoltura, il commercio, l'industria e l'artigianato;
- materiale elettrico;
- colori o vernici, carte da parati;

- ferramenta ed utensileria;
- articoli per impianti idraulici a gas ed igienici;
- articoli per riscaldamento;
- strumenti scientifici e di misura;
- macchine per ufficio;
- auto, moto, cicli e relativi accessori e parti di ricambio;
- combustibili;
- materiale per l'edilizia;
- legnami.

ART. 3

INSEDIAMENTO DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

La compatibilità territoriale delle grandi strutture di vendita è soggetta al controllo della Regione Campania, al fine di consentire un equilibrato sviluppo di tutte le forme distributive, salvaguardando il principio di libero accesso al mercato, gli interessi dei consumatori, i livelli occupazionali garantiti da tutte le imprese della distribuzione commerciale.

ART. 4

CARATTERISTICHE QUALITATIVE DELLE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA

Le strutture di vendita al dettaglio devono avere le seguenti caratteristiche qualitative minime:

- a) Grande struttura di vendita G1 A/M – G1.E – G2 CQ:
 - a.1) Pubblico esercizio di somministrazione di bevande

- a.2) Almeno un servizio igienico ad uso della clientela per ogni 1.000 mq. di superficie di vendita
- a.3) Almeno un servizio igienico a disposizione dei portatori di handicap
- a.4) Servizi di pagamento bancomat.
- b) Grande struttura di vendita G2 CI:
 - b.1) Pubblico esercizio di somministrazione bevande
 - b.2) Servizi di pagamento bancomat
 - b.3) Attività artigianali in numero di almeno 4 (parrucchiere, estetista, calzolaio riparazioni, ecc..)
 - b.4) Servizi igienici ad uso della clientela in numero di 1 per ogni 1000 mq. di superficie di vendita o frazione superiore a 500 mq
 - b.5) Servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap.
- c) Grande struttura di vendita G2 CS-G.ACP:
 - c.1) Spazi organizzati per intrattenimento bambini
 - c.2) Pubblici esercizi di somministrazione alimenti e bevande in numero di almeno 2
 - c.3) Agenzia di affari e commissioni.
 - c.4) Servizi di pagamento bancomat
 - c.5) Attività artigianali in numero di almeno 4 (parrucchiere, estetista, calzolaio riparazioni, ecc..)
 - c.6) Agenzia di viaggi e turismo
 - c.7) Servizi igienici ad uso della clientela in numero di 1 per ogni 1000 mq. di superficie di vendita o frazione superiore a 500 mq
 - c.8) Servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap.

Per portatori di handicap devono essere rimosse le barriere architettoniche presenti.

Laddove la grande struttura di vendita insista in strutture più ampie con altra natura (strutture mercatali pubbliche, centri di via o di quartiere, strutture con altre destinazioni d'uso) taluni dei servizi possono essere collocati all'esterno.

Nella Zona 4 Centro storico, oltre i requisiti sopra elencati, le grandi strutture di vendita e i centri commerciali devono predisporre progetti di coordinamento con le aree esterne, progetti di mobilità anche non realizzati attraverso l'uso del parcheggio, programmi di particolare "qualità del servizio", programmi di coordinamento con la rete del vicinato e/o con esperienze di vendita su suolo pubblico.

ART. 5

CARATTERISTICHE QUALITATIVE DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA

Le MEDIE strutture di vendita al dettaglio devono avere le seguenti caratteristiche qualitative minime:

a) Media struttura di vendita M1 A/M - M1 E - CO:

a.1) Almeno un servizio igienico ad uso della clientela

b) Media struttura di vendita M2 A/M M2E:

b.1) Pubblico esercizio di somministrazione bevande

b.2) Servizi igienici ad uso della clientela in numero di 1 per ogni 1000 mq. di superficie di vendita o frazione superiore a 500 mq

b.3) Servizi igienici a disposizione dei portatori di handicap.

Per gli utenti fisicamente impediti devono essere rimosse le barriere architettoniche presenti.